

## Research Article

## Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Produk Rempah (Jamu) pasca Pandemi

Melyana Febryantari Wardana<sup>1</sup>, Titis Surya Maha Rianti<sup>1\*</sup>, Nikmatul Khoiriyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang, Indonesia

\*Korespondensi: [rianti.titis@unisma.ac.id](mailto:rianti.titis@unisma.ac.id)

### ABSTRACT

*Spicery products (jamu) are considered capable of boosting the body's immune system because of their properties. This causes the demand for herbal medicine to increase during the pandemic. The study aimed to analyze the factors influencing the public to consume post-pandemic spicery products. Researchers conducted research in the city of Malang. The sample was selected by the convenience sampling method with a sample of 100 respondents. This type of data uses primary data obtained from questionnaires. The questionnaire was assessed using a likert score and then analyzed using multiple linear regression. The results obtained, the value of Adjusted R Square (R<sup>2</sup>) is 88.5%, then all variables can explain the influence on consumption decisions on spicery products. Factors that have a significant effect include income (x1), social class (x3), motivation (x5), location (x8), time (x9), scent (x12), texture (x13), and price (x14), while the factors that have no significant effect include profession (x2), tradition (x4), perception (x6), health (x7), shape (x10), and taste (x11). Knowing these factors will produce recommendations for producers to increase their sales, especially in implementing product marketing strategies.*

**Keywords:** Consumption Decisions, Consumption Factor, Spicery Products (Jamu), Post-Pandemic

### ABSTRAK

Produk rempah (jamu) dinilai mampu meningkatkan daya tahan tubuh karena khasiatnya. Hal ini menyebabkan permintaan obat herbal meningkat di masa pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi produk rempah pasca pandemi. Peneliti melakukan penelitian di kota Malang. Sampel yang dipilih menggunakan metode convenience sampling dengan sampel sebanyak 100 responden. Jenis data ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Kuesioner dinilai menggunakan skor likert kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh, nilai Adjusted R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 88,5%, maka semua variabel dapat menjelaskan pengaruh terhadap keputusan konsumsi pada produk rempah. Faktor yang berpengaruh signifikan antara lain pendapatan (x1), kelas sosial (x3), motivasi (x5), lokasi (x8), waktu (x9), aroma (x12), tekstur (x13), dan harga (x14), sedangkan faktor yang tidak berpengaruh signifikan antara lain variabel pekerjaan (x2), tradisi (x4), persepsi (x6), kesehatan (x7), bentuk (x10), dan rasa (x11). Mengetahui faktor-faktor tersebut akan menghasilkan rekomendasi bagi produsen untuk meningkatkan penjualannya, terutama dalam menerapkan strategi pemasaran produk.

**Kata Kunci:** Keputusan Konsumsi; Faktor Konsumsi; Produk Rempah (Jamu); Pasca Pandemi

### ARTICLE HISTORY

Received: 24.10.2022

Accepted: 18.11.2022

Published: 21.11.2022

### ARTICLE LICENCE

Copyright © 2022 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

## 1. Latar Belakang

Rempah-rempah merupakan salah satu sumber daya alam yang melimpah di Indonesia. Tanaman ini dapat mendukung pembangunan perekonomian Indonesia, apabila dibudidayakan dengan baik. Salah satu kelompok tanaman rempah yang banyak dimanfaatkan adalah *Zingiberaceae* atau tanaman jahe. Mayoritas masyarakat memanfaatkan tanaman rempah untuk bumbu masak, obat-obatan, bahan minuman, dan lain sebagainya. Selain itu, tanaman ini memiliki khasiat obat, sehingga banyak digunakan sebagai bahan utama yang diperlukan dalam proses pembuatan jamu (Hakim, 2015).

Produk rempah yang lebih dikenal dengan jamu telah menjadi bagian dari budaya dan kekayaan alam Indonesia. Hasil Riset Kesehatan Dasar yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengonsumsi jamu di Indonesia lebih dari 50%. Jamu merupakan tradisi pengobatan tradisional yang berkembang secara luas yang dimanfaatkan sebagai obat herbal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 95,6% masyarakat dapat merasakan manfaat dari mengonsumsi jamu (Badan Litbang Kesehatan, 2010). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa jamu pada saat ini digunakan kembali sebagai alternatif pengobatan, terutama di masa pandemi Covid-19. Alasan pengonsumsi jamu dikembalikan khasiat yang dinilai mampu meningkatkan imun atau kekebalan tubuh (Kusumo et al., 2020).

Adanya pandemi ini menyadarkan masyarakat akan pentingnya kesehatan dengan lebih memperhatikan konsumsi produk bagi tubuh mereka. Pikiran masyarakat menjadi terbuka bahwa menjaga kesehatan bukan hanya di masa pandemi, tetapi kesehatan menjadi hal utama yang selalu dijaga. Hal ini dikarenakan, apabila tubuh tidak dalam kondisi sehat, maka tidak akan bisa melakukan aktivitas apapun. Setelah pandemi, masyarakat mulai memikirkan kembali bagaimana meningkatkan sistem kekebalan tubuh untuk menghindari penyakit. Keberadaan jamu dinilai mampu menjadi obat herbal dikarenakan khasiat yang terkandung dalam rempah-rempah. Jamu terbuat dari bahan-bahan alami dengan jenis dan khasiat yang beragam (Lesmayati et al., 2021). Pengonsumsi jamu pada masa pandemi dilakukan secara berkelanjutan atau terus menerus. Mayoritas masyarakat beranggapan bahwa dengan mengonsumsi jamu di masa pandemi ini dapat menjaga bahkan dapat meningkatkan imun tubuh agar terhindar dari virus (Hartanti et al., 2020).

Konsumsi pada suatu produk merupakan sesuatu hal yang dilakukan oleh manusia pada kehidupan sehari-hari dalam menggunakan suatu produk yang sedang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari (Agustina, 2021). Permintaan jamu pada masa pandemi meningkat, dikarenakan jamu dinilai mampu menjadi obat dalam pencegahan virus. Hal ini dikarenakan jamu memiliki khasiat yang dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh manusia (Nugraha et al., 2020). Dengan adanya pengonsumsi jamu di masa pandemi, maka produsen harus meningkatkan jumlah produksi agar dapat memenuhi permintaan masyarakat sebagai konsumen.

Beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat sebagai konsumen dalam menentukan keputusan konsumsi, antara lain faktor ekonomi, sosial, budaya, psikologis, lokasi, waktu, dan atribut produk. Menurut Maroah dan Ulfa (2021), faktor ekonomi menggambarkan situasi ekonomi dan kedudukan seseorang dalam bermasyarakat yang biasanya ditentukan oleh unsur pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Sedangkan, faktor budaya merupakan suatu kepercayaan yang dapat mempengaruhi dalam keputusan konsumsi suatu produk yang dapat ditinjau dari cara hidup, kebiasaan, dan tradisi. Selain itu, faktor sosial adalah suatu kelompok, keluarga, peran atau status di masyarakat, dan *prestise* atau kebanggaan akan pengonsumsi pada suatu produk tertentu. Sedangkan, faktor psikologi yaitu suatu faktor yang dapat mempengaruhi setiap individu dalam mengonsumsi suatu produk adalah motivasi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap.

Selain faktor ekonomi, sosial, budaya, dan psikologis, dalam keputusan konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lokasi dan waktu. Faktor lokasi merupakan suatu titik dimana seseorang bertempat tinggal dengan situasi dalam lingkungan dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi produk. Sedangkan, faktor waktu adalah seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan, atau keadaan berada atau berlangsung, maupun masa yang akan terjadi pada waktu mendatang yang akan mempengaruhi konsumsi

terhadap produk (Setyowati et al., 2021). Dalam keputusan konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh atribut produk. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk (bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan harga) yang dianggap penting oleh masyarakat dan dijadikan sebagai acuan atau pertimbangan dalam keputusan konsumsi terhadap produk (Munandar et al., 2014). Atribut bentuk adalah bentuk dari produk tersebut, Sedangkan, atribur rasa merupakan pemanfaatan indra perasa untuk mengetahui rasa pada setiap produk rempah (jamu), meliputi rasa manis, pahit, *menthol* atau *mint*, dan rempah lebih dominan. Selain itu, terdapat juga atribut aroma yaitu pemanfaatan indra penciuman untuk mengetahui aroma pada setiap produk rempah (jamu), meliputi aroma yang kuat dan tidak kuat. Kemudian, atribut tekstur yang merupakan sifat atau keadaan wujud dari jamu, meliputi tekstur kental, dan encer. Lalu, untuk atribut harga adalah nilai nominal dalam satuan rupiah pada produk rempah (jamu), dimana produk tersebut memiliki nilai relatif murah atau tinggi (Safitri & Harti, 2022).

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada penelitian ini, sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Elfariyanti et al. (2020), yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumsi adalah faktor ekonomi, sosial, budaya, dan psikologis. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2016), menyatakan bahwa lokasi dan waktu juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi suatu produk. Kemudian, dalam sebuah studi yang diteliti oleh Utami et al. (2019), atribut produk juga dapat menentukan keputusan konsumsi pada jamu, yang meliputi bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan harga.

Jamu merupakan jenis produk minuman tradisional yang bermanfaat bagi kesehatan (Harmayani et al., 2019). Sebagian besar masyarakat Indonesia mengonsumsi jamu mencapai 55,3%, dan 95% menyampaikan bahwa jamu memberikan manfaat kesehatan (Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi jamu yang ditinjau dari faktor ekonomi, sosial, budaya, psikologis, waktu, lokasi, dan atribut produk. Dengan mengetahui hal tersebut, dapat menjadikan informasi berharga bagi produsen atau instansi terkait dalam mengembangkan produk disesuaikan dengan keinginan masyarakat untuk meningkatkan permintaan dan minat dalam mengonsumsi jamu.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Malang. Sampel dipilih dengan metode *convenience sampling* sebanyak 100 responden. Jenis data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuisioner, meliputi karakteristik dan preferensi masyarakat dalam mengonsumsi jamu. Kuesioner dinilai menggunakan skor *likert* kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Tahapan dalam analisis regresi linier berganda meliputi koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F, dan regresi linear berganda. Menurut Sugiyono (2018), model persamaan regresi linear berganda, yaitu:

$$Y = \alpha$$

$$+ \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12} + \beta_{13} X_{13} + \beta_{14} X_{14} + \dots + e$$

Informasi:

Y = Keputusan konsumsi

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_{14}$  = Koefisien regresi variabel x yang akan dihitung

$x_1$  = Variabel pendapatan

- x<sub>2</sub> = Variabel profesi
- x<sub>3</sub> = Variabel kelas sosial
- x<sub>4</sub> = Variabel tradisi
- x<sub>5</sub> = Variabel motivasi
- x<sub>6</sub> = Variabel persepsi
- x<sub>7</sub> = Variabel kesehatan
- x<sub>8</sub> = Variabel lokasi
- x<sub>9</sub> = Variabel waktu
- x<sub>10</sub> = Variabel bentuk
- x<sub>11</sub> = Variabel rasa
- x<sub>12</sub> = Variabel aroma
- x<sub>13</sub> = Variabel tekstur
- x<sub>14</sub> = Variabel harga
- e = Error

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah identitas atau profil objek penelitian yang dapat memberikan hasil dalam suatu penelitian. Penentuan responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Malang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Ada beberapa karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu usia, tingkat pendidikan, profesi, dan pendapatan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

##### a. Usia

Usia adalah usia individu yang dihitung saat lahir; Semakin tua seseorang maka semakin matang tingkat kematangan dan kekuatan dalam berpikir dan bekerja diimbangi dengan pengalaman dan kematangan mental (Wawan & Dewi, 2010). Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
20-29	30	30
30-39	32	32
40-49	12	12
50-59	14	14
>60	12	12
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa 32% responden berusia 30-39 tahun lebih dominan dalam mengonsumsi jamu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi usia seseorang maka semakin matang pula proses berpikir yang dapat dipertimbangkan dalam mengonsumsi suatu produk, terutama di masa pandemi (Wawan & Dewi, 2010).

b. Tingkat Pendidikan

Menurut Wawan & Dewi (2010), pendidikan dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap gaya hidup dalam membangun pemikiran pada setiap individu. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin mudah dalam menerima dan memahami suatu informasi. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
SD	0	0
SMP	0	0
SMA	32	32
Sarjana	49	49
Pascasarjana	19	19
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden adalah S1 sebanyak 49 orang atau 49%. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan tinggi akan mempengaruhi tingkat penangkapan informasi, sikap, pengetahuan, dan perilaku selama masa pandemi untuk lebih memperhatikan kesehatan dengan menjaga imunitas tubuh (Wawan & Dewi, 2010).

c. Pekerjaan

Pekerjaan yang dimiliki berkaitan dengan pendapatan yang diperoleh dan sangat mempengaruhi sikap seseorang (Wawan & Dewi, 2010). Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Ibu Rumah Tangga	18	18
Pelajar/Mahasiswa	10	10
Pegawai Negeri Sipil (non-pendidik)	21	21
Pegawai Swasta	13	13
Pensiunan	11	11
Pendidik: Guru/Dosen	20	20
Wiraswasta	7	7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil (non-pendidik), yaitu sebanyak 21 orang atau 21%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan yang dimiliki oleh responden adalah pegawai negeri sipil (non-pendidik).

d. Pendapatan

Pendapatan adalah suatu bentuk balas jasa yang diperoleh sebagai imbalan atas kinerja seseorang dalam proses produksi. Besarnya pendapatan akan mempengaruhi pengeluaran; semakin besar pendapatan seseorang maka semakin besar pengeluarannya

(Muhammad *et al.* 2015). Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (rupiah)	Jumlah (jiwa)	Percentage (%)
< 2.000.000	10	10
2.000.000 – < 3.000.000	18	18
3.000.000 – 4.000.000	12	12
> 4.000.000	60	60
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendapatan responden dalam satu bulan adalah > Rp 4.000.000, dengan persentase 60% atau 60 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan responden dapat mempengaruhi keputusan dalam mengonsumsi jamu dalam satu bulan.

### 3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Jamu

Dalam menentukan keputusan konsumsi suatu produk, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya yang menjadi pertimbangan masyarakat, antara lain faktor ekonomi, sosial, budaya, psikologis, lokasi, waktu, dan atribut produk. Hasil analisis regresi linier berganda dapat melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumsi masyarakat terhadap jamu. Beberapa tahapan analisis regresi linier berganda, yaitu koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F, dan regresi linear berganda.

#### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Widardjono (2017), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah pengujian untuk menjelaskan variasi proporsi variabel bebas yang ditentukan oleh variabel terikat. Hasil perhitungan regresi linier berganda yang telah dilakukan, dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	,949 <sup>a</sup>	0,901	0,885	0,758	1,936

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah besar; yang dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 88,5%. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dapat menjelaskan pengaruh dalam keputusan konsumsi terhadap jamu. Selain itu, hasil tersebut juga menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat yang dapat dilihat pada nilai korelasi ganda (R) sebesar 0,949.

#### b. Uji F

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini, pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pendapatan, pekerjaan, kelas sosial, tradisi, motivasi, persepsi, kesehatan, lokasi, waktu, bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan harga secara simultan dapat mempengaruhi keputusan konsumsi pada jamu. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6.** Hasil Uji F

Hipotesis Alternatif (H <sub>a</sub> )	F <sub>Table</sub>	Keterangan
Terdapat pengaruh simultan variabel pendapatan, profesi, kelas sosial, tradisi, motivasi, persepsi, kesehatan, lokasi, waktu, bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan harga terhadap keputusan konsumsi jamu.	F <sub>value</sub> = 55,310 F <sub>table</sub> = 1,81 Sig. F = 0,000	H <sub>a</sub> diterima

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat dari hasil uji F menggunakan DF<sub>1</sub> = 14 dan DF<sub>2</sub> = 86 pada alpha 5% diperoleh nilai Sig P < 0,05; maka H<sub>a</sub> diterima (Sugiyono, 2012). Hal ini berarti secara simultan variabel pendapatan, pekerjaan, kelas sosial, tradisi, motivasi, persepsi, kesehatan, lokasi, waktu, bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan harga berpengaruh terhadap keputusan konsumsi jamu.

c. Regresi Linear Berganda

Menurut Kurniawan (2019), analisis regresi digunakan untuk memahami hubungan antara variabel bebas dan terikat secara komprehensif. Analisis regresi linear berganda menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*), yang dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7.** Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,165	0,854		0,193	0,847
Pendapatan (x <sub>1</sub> )	0,775	0,109	0,342	7,080	0,000*
Pekerjaan (x <sub>2</sub> )	-0,010	0,070	-0,007	-0,149	0,882
Kelas Sosial (x <sub>3</sub> )	0,368	0,109	0,154	3,383	0,001*
Tradisi (x <sub>4</sub> )	-0,061	0,080	-0,039	-0,764	0,447
Motivasi (x <sub>5</sub> )	0,327	0,085	0,201	3,860	0,000*
Persepsi (x <sub>6</sub> )	0,095	0,175	0,030	0,545	0,587
Kesehatan (x <sub>7</sub> )	-0,104	0,102	-0,062	-1,017	0,312
Lokasi (x <sub>8</sub> )	0,458	0,109	0,190	4,210	0,000*
Waktu (x <sub>9</sub> )	0,298	0,060	0,239	4,979	0,000*
Bentuk (x <sub>10</sub> )	-0,018	0,062	-0,015	-0,297	0,767
Rasa (x <sub>11</sub> )	0,090	0,054	0,098	1,662	0,100
Aroma (x <sub>12</sub> )	-0,257	0,091	-0,170	-2,839	0,006*
Tekstur (x <sub>13</sub> )	0,441	0,079	0,315	5,566	0,000*
Harga (x <sub>14</sub> )	0,246	0,084	0,136	2,906	0,005*

Keterangan: \*) α = 5%

Sumber: Data Primer, 2022.

Perhitungan regresi linier berganda memprediksi besarnya variabel terikat terhadap variabel bebas (Kurniawan, 2019). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y=0,165+0,775x_1-0,010x_2+0,368x_3+0,061x_4+0,327x_5+0,095x_6-0,104x_7+0,458x_8+0,298x_9-0,018x_{10}+0,09x_{11}-0,257x_{12}+0,441x_{13}+0,246x_{14}$$

Berdasarkan Tabel 7, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat delapan variabel berpengaruh signifikan, antara lain variabel pendapatan (x<sub>1</sub>), kelas sosial (x<sub>3</sub>),

motivasi ( $x_5$ ), lokasi ( $x_8$ ), waktu ( $x_9$ ), aroma ( $x_{12}$ ), tekstur ( $x_{13}$ ), dan harga ( $x_{14}$ ). Sedangkan, enam variabel yang tidak berpengaruh signifikan, antara lain variabel pekerjaan ( $x_2$ ), tradisi ( $x_4$ ), persepsi ( $x_6$ ), kesehatan ( $x_7$ ), bentuk ( $x_{10}$ ), dan rasa ( $x_{11}$ ).

Variabel pendapatan ( $x_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan, dimana pendapatan dapat menentukan keputusan konsumsi jamu karena dengan mengonsumsi produk tersebut masyarakat sadar akan pentingnya kesehatan di masa pandemi (Syukur & Asnawati, 2021). Variabel kelas sosial ( $x_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan, dimana semua orang dapat mengonsumsi produk jamu tersebut tanpa memperhatikan kelas sosial yang melekat pada diri seseorang (Habriyanto, 2019). Variabel motivasi ( $x_5$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengonsumsi jamu karena masyarakat mengetahui latar belakang atau alasan mengonsumsinya selama masa pandemi untuk menjaga kesehatan tubuh (Yuniati *et al.*, 2021). Variabel lokasi ( $x_8$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dikarenakan dengan melihat kondisi lingkungan sekitar, maka akan menimbulkan kebiasaan dalam mengonsumsi jamu (Sayekti *et al.*, 2021).

Variabel waktu ( $x_9$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengonsumsi jamu, dengan alasan masyarakat lebih sering mengonsumsi pada masa pandemi untuk menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh (Mizfar & Sinaga, 2015). Variabel aroma ( $x_{12}$ ) dan tekstur ( $x_{13}$ ) berpengaruh signifikan dikarenakan masyarakat yang mengonsumsi produk tersebut memperhatikan aroma produk rempah dan melihat dari sisi khasiat produk tersebut sangat dibutuhkan oleh tubuh (Harsita & Amam, 2019; Padmi *et al.*, 2017). Variabel harga ( $x_{14}$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi jamu karena masyarakat yang mengonsumsinya bersedia membeli dengan harga yang telah ditentukan dan melihat dari sisi khasiat produk yang dibutuhkan oleh tubuh (Dharma *et al.*, 2021).

Penelitian ini dapat dikaitkan dengan bidang kesehatan. Namun, hasil yang diperoleh bahwa variabel kesehatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumsi jamu. Hal ini dikarenakan masyarakat beranggapan bahwa tidak hanya dengan mengonsumsi jamu dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan mencegah terserang virus. Akan tetapi, masyarakat juga lebih memperhatikan jenis produk yang dikonsumsi untuk tetap menjaga kesehatan selama masa pandemi. Oleh karena itu, kesehatan tidak berpengaruh signifikan karena memperhatikan jenis produk yang dikonsumsi selama pandemi secara tidak langsung dapat menjaga kesehatan tubuh (Herianto *et al.*, 2021).

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi jamu adalah variabel yang berpengaruh signifikan, antara lain pendapatan ( $x_1$ ), kelas sosial ( $x_3$ ), motivasi ( $x_5$ ), lokasi ( $x_8$ ), waktu ( $x_9$ ), aroma ( $x_{12}$ ), tekstur ( $x_{13}$ ), dan harga ( $x_{14}$ ), sedangkan variabel yang tidak berpengaruh signifikan antara lain variabel pekerjaan ( $x_2$ ), tradisi ( $x_4$ ), persepsi ( $x_6$ ), kesehatan ( $x_7$ ), bentuk ( $x_{10}$ ), dan rasa ( $x_{11}$ ). Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, maka dapat menjadi informasi berharga bagi produsen dalam menerapkan strategi pemasaran produk dengan mempertimbangkan harga jual yang terjangkau dan meningkatkan kualitas aroma dan tekstur produk dengan tetap mempertahankan karakteristik produk rempah-rempah. Selain itu, produsen perlu memperhatikan peningkatan motivasi masyarakat untuk mengonsumsi produk rempah-rempah dengan menonjolkan khasiatnya, menyesuaikan dengan kondisi dan situasi yang dibutuhkan masyarakat selama masa pandemi, serta memilih lokasi yang mudah dijangkau oleh calon konsumen.

## 6. Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. yang telah memberikan pendanaan pada penelitian ini dalam program Indofood Research Nugraha (IRN) tahun 2021/2022 dan masyarakat Kota Malang yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

## Referensi

- Agustina, H. N. (2021). Consuming Jamu as Local Wisdom to Fight for Covid-19 Pandemic in Indonesia. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 8(3), 127–137.
- Badan Litbang Kesehatan. (2010). *Laporan Hasil Riset Kesehatan Dasar 2010*. Badan Litbang Kesehatan.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. (2010). *Indonesian Ministry of Health*. <http://labdata.litbang.depkes.go.id>
- Dharma, N. M. P. A., Khoiriyah, N., & Rianti, T. S. M. (2021). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik di Kota Malang. *SEAGRI: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.
- Elfariyanti, Maifera, Fauziah, & Hardiana. (2020). Gambaran Masyarakat dalam Mengonsumsi Obat Herbal dan Obat Kimia di Desa Paya Seumantok Aceh Jaya. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan*, 1185–1195.
- Habriyanto. (2019). Studi Kualitatif Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi pada Bulan Ramadhan berdasarkan Faktor Sosial. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 123–128. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.71>
- Hakim, L. (2015). *Rempah dan Herba Kebun-Pekarangan Rumah Masyarakat: Keragaman Sumber Fitofarmaka dan Wisata Kesehatan-Kebugaran*. Yogyakarta: Diandra Pustaka Indonesia.
- Harmayani, E., Anal, A. K., Wichienchot, S., Bhat, R., Gardjito, M., Santoso, U., Siripongvutikom, S., Purpaatavanong, J., & Payyappallimana, U. (2019). Healthy Food Traditions of Asia: Exploratory Case Studies from Indonesia, Thailand, Malaysia, and Nepal. *Journal of Ethnic Fooda*, 6(1), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s42779-019-0002-x>
- Harsita, P., & Amam, A. (2019). Analisis Sikap Konsumen terhadap Produk Olahan Singkong. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 3(1), 19–27.
- Hartanti, D., Dhiani, B. A., Charisma, S. L., & Wahyuningrum, R. (2020). The Potential Roles of Jamu for COVID-19: A Learn form the Traditional Chinese Medicine. *Pharmaceutical Sciences and Research (PSR)*, 7(4), 12–22. <https://doi.org/10.7454/psr.v7i4.1083>
- Herianto, Lala, A. A. T., & Nurpasila. (2021). Perilaku Konsumsi Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia. *JIEFes: Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(1), 94–109. <http://dx.doi.org/10.47700/jiefes.v2i1.2808>
- Kurniawan. (2019). *Analisis Regresi; Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh secara Alami selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4(2), 465–471. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.465-471>

- Lesmayati, S., Qomariah, R., Awanis, & Pramudyani, L. (2021). The Impact of Covid-19 Pandemic on People's Behavior and Herbal Drink (jamu) Processing Businesses in Banjarbaru, South Kalimantan. *E3S Web of Conferences*, 306, 1–9. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130602046>
- Maroah, S., & Ulfa, M. (2021). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Personal, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ikan Laut. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 126–135. <http://dx.doi.org/10.30651/imp.v1i2.9796>
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Instan. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.20961/sepa.v11i2.14172>
- Muhammad, B., Nanik, I., & Anjar, W. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Keluarga di Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1–6.
- Munandar, J. M., Udin, F., & Amelia, M. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan di Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 13(3), 97–107.
- Nugraha, R. V., Ridwansyah, H., Ghozali, M., Khairani, A. F., & Atik, N. (2020). Traditional Herbal Medicine Candidates as Complementary Treatments for COVID-19: A Review of Their Mechanisme Pros and Cons. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*, 1–12. <https://doi.org/10.1155/2020/2560645>
- Padmi, N., Dewi, R., & Anggreni, I. (2017). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Buah-buahan di Moena Fresh Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 6(4), 584–595. <https://doi.org/10.24843/JAA.2017.v06.i04.p13>
- Safitri, M. D. P., & Harti. (2022). Analisis Sikap Konsumen pada Atribut Produk Minuman Susu Racik Mak Tam berbasis Analisis Fishbein. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 116–127. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.899>
- Sayekti, W. D., Viantimala, B., Lefiana, O., & Syafani, T. S. (2021). Pengambilan Keputusan dalam Konsumsi Sayuran dan Pola Konsumsi Pangan Petani Padi di Desa Rantau Tijing Kecamatan Pugung, Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Agrimanex*, 2(1), 10–23. <https://doi.org/10.35706/agrimanex.v2i1.5370>
- Sembiring, R. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas, Keragaman Produk, dan Lokasi Pasar terhadap Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Pertanian di Pasar Tradisional Berastagi. *Agrica: Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, 9(2), 107–116. <https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.541>
- Setyowati, K., Murti, A. T., & Astuti, F. K. (2021). Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Masyarakat terhadap Produk Daging Sapi Segar dan Produk Olahan di Kota Wisata Batu. *Jurnal Ilmiah Fillia Cendikia*, 6(2), 118–129. <https://doi.org/10.32503/fillia.v6i2.1859>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan, pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

- Syukur, S. B., & Asnawati, R. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Pemanfaatan Herbal di Desa Pilohayanga Barat, Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo. *Zaitun: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 3(1).
- Utami, S. S., Fatmawati, I., & Santosa, R. (2019). Preferensi Konsumen terhadap Kopi Lengkuas Cap Potre Alomampa. *Universitas Wiraraja*, 1–8.
- Wawan, & Dewi. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Nuha Medika.
- Widardjono, A. (2017). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews*. UPPM STIM YKPN.
- Yuniati, E., Husain, F., Arsi, A. A., & Wicaksono, H. (2021). Perception of the Consumer Community on Traditional Herbal Drink of Ngadirgo Semarang. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: Proceedings of the 6th International Conference on Education & Social Sciences (ICESS 2021)*, 578, 76–79. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210918.015>