

Revitalisasi Jamu: Strategi Pelestarian Minuman Tradisional untuk Menarik Minat dan Kesadaran Generasi Z

Banyu Lantun Wuri Andri¹, Cantik Noer Aziza Arifin², Fundarikya Putri Wikarta³,
Hana Hizrahni Sabillah⁴, Supriyono⁵

^{1,2,3,4} Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia

⁵ Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Pendidikan Indonesia
e-mail banyuandri0@upi.edu

Abstrak

Jamu merupakan salah satu minuman herbal khas Indonesia yang memiliki beragam khasiat. Jamu sudah digunakan sebagai pengobatan sejak zaman nenek moyang kita. Seiring berjalannya waktu, peran jamu sebagai alternatif pengobatan mulai memudar di kalangan Generasi Z. Hal ini disebabkan karena rasa jamu yang kurang nikmat dan tampilan yang kurang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pelestarian minuman tradisional untuk menarik minat dan kesadaran Generasi Z. Terdapat kelompok responden Generasi Z yang berjumlah 105 orang. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Melalui penyebaran kuesioner dan hasil penelusuran literatur, ditemukan beberapa strategi yang dapat digunakan untuk menarik minat Generasi Z untuk turut serta melestarikan minuman tradisional tersebut, seperti melakukan inovasi produk dan kemasan, memasarkan jamu dengan teknologi atau media sosial, serta melakukan edukasi dan pendampingan.

Kata kunci: *Revitalisasi, Jamu, Generasi Z, Minuman Tradisional, Strategi*

Abstract

Jamu is one of Indonesia's signature herbal drinks that has a variety of properties. Jamu has been used as a treatment since the time of our ancestors. Over time, the role of herbal medicine as an alternative to medicine began to fade among Generation Z. This is due to the reason that the taste of herbal medicine is less enjoyable and the appearance is less attractive. This study aims to examine the preservation strategy of traditional drinks to attract Generation Z's interest and awareness. There is a group of Generation Z respondents totaling 105 people. Data collection through questionnaire distribution. Through the distribution of questionnaires and the results of the literature search, several strategies were found that can be used to attract Generation Z to participate in preserving these traditional drinks, such as innovating products and packaging, marketing herbal medicine with technology or social media, and conducting education and mentoring.

Keyword : *Revitalization, Jamu, Generation Z, Traditional Drinks, Strategy*

PENDAHULUAN

Warisan Nusantara dari leluhur sangat beragam salah satunya warisan minuman yang masih dikonsumsi dan dilestarikan sampai saat ini adalah jamu. Jamu merupakan salah satu minuman herbal khas Indonesia yang memiliki ragam khasiat. Bukan hanya sebagai minuman tradisional, jamu juga dianggap sebagai aset bangsa. Sejak zaman nenek moyang jamu biasa digunakan untuk pengobatan. Dalam kitab Gatotkacasraya yang ditulis oleh Mpu Panuluh pujangga sastra Jawa yang hidup pada masa pemerintahan Raja Jayabaya dari kerajaan Kediri Jawa timur, jamu yaitu Jampi Usodo yang memiliki arti penyembuhan menggunakan obat-obatan atau doa-doa. Setelah kolonialisme jamu menjadi semakin berkembang terutama industri jamu rumah tangga. Seiring dengan munculnya kesadaran masyarakat akan kekayaan alam, manfaatnya untuk kesehatan, serta manfaat obat tradisional mendorong berbagai pihak untuk mengeksplorasi berbagai ulasan tentang herbal salah satunya adalah jamu. Jamu tidak hanya

menjadi obat-obatan herbal tetapi mereka juga menggunakan jamu untuk dijadikan suplemen kesehatan agar tubuh mereka tetap bugar dalam bekerja dan menjalankan kehidupan sehari-hari. Di daerah Yogyakarta penjual jamu masih melestarikan pengolahan jamu herbal secara tradisional dan turun temurun bahkan sejak tahun 1950. Produsen jamu legendaris ini bernama 'Jamu Ginggang', kini Jamu Ginggang sudah turun menurun hingga generasi kelima.

Pengolah mengatakan bahwa bahan baku utama pembuatan jamu herbal menggunakan empon-empon yang berkualitas tinggi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi VI empon-empon merupakan rimpang (kencur, jahe, temulawak, kunyit, sereh, kunci, dan sebagainya). Jamu memiliki cita rasa yang cenderung pahit sehingga tidak jarang ditambahkan pemanis ke dalam jamu tersebut. Pemanis yang biasa ditambahkan ke dalam jamu di antaranya, gula pasir, gula aren, madu, dan daun stevia.

Sejauh ini, masyarakat dalam membuat minuman tradisional hanya fokus mengutamakan pada rasa dan tampilan saja. Padahal, keutamaan yang dicari dari mengkonsumsi jamu adalah fungsionalnya. Higienitas dalam meracik jamu juga sangat penting, mulai dari beragamnya formula ataupun proses yang dilalui selama pembuatan jamu. Hal ini jelas mempengaruhi pada kualitas jamu tersebut. Pemilihan bahan, langkah-langkah pembuatan dan sanitasi dalam peracikan minuman jamu yang belum dilakukan dengan baik dapat memicu risiko pada keamanan pangan seperti cemaran mikrobiologis yang tentu berpengaruh terhadap khasiat dari jamu tersebut.

Jamu beras kencur merupakan jamu yang paling populer di kalangan Generasi Z. Bahan utama jamu beras kencur adalah beras yang direndam selama 2 jam agar mudah dihaluskan lalu ditambahkan kencur, kunyit, dan jahe. Manfaat dari jamu beras kencur adalah sebagai obat batuk alami, dapat meningkatkan nafsu makan dan menyegarkan tubuh. Selain jamu beras kencur, Jamu kunyit asam juga tidak kalah populer di kalangan generasi Z. Adapun bahan utama jamu kunyit asam adalah rimpang kunyit dan asam. Selain kunyit dan asam, bahan yang ditambahkan dalam pembuatan jamu kunyit asam adalah gula merah, serai, kapulaga, cengkeh, jeruk nipis dan kayu manis (Kurniawan et. al., 2021). Kunyit asam memiliki khasiat untuk melancarkan haid pada wanita dan mengurangi rasa nyeri saat haid karena kandungan kurkumin pada kunyit yang memiliki sifat anti-inflamasi dan analgesik (peredam nyeri) serta vitamin c pada asam jawa yang memiliki kandungan antioksidan.

Adanya perubahan gaya hidup yang terjadi pada setiap generasi menimbulkan karakteristik yang berbeda pada setiap generasinya. Generasi Z adalah generasi yang dilahirkan antara tahun 1997 sampai 2012 (Arum, et. al., 2023). Terdapat 7 karakteristik Generasi Z, seperti 1) digital atau tidak membatasi aktivitas mereka antara dunia nyata dengan dunia digital, 2) hiper-kustomisasi, Generasi Z ingin menunjukkan siapa dirinya tanpa menggunakan suku, agama dan ras, 3) Realistis, Generasi Z cenderung memilih pembelajaran secara praktik dibanding teoritis saat belajar, 4) Fear of missing out (FOMO), Generasi Z takut dirinya tertinggal berita-berita hangat, 5) weconomist, Generasi Z senang menjalin kerja sama dengan semua mitra yang sejalan dengan dengan tujuannya, 6) Do it you self (D.I.Y), saat mempelajari hal baru, Generasi sudah tidak perlu pendamping atau bantuan karena mereka bisa mencari video *tutorial* di youtube sendiri, 7) Terpacu, Generasi Z dengan senang hati melakukan hal yang lebih besar demi mendatangkan manfaat banyak mereka yang memerlukan bantuan. Dari karakteristik Generasi Z yang telah dijabarkan, perlu diketahui bagaimana strategi yang tepat untuk menarik minat mereka terhadap minuman herbal seperti jamu dan kesadarannya tentang manfaat minuman tradisional jamu.

Mulanya jamu dikenal dengan beberapa istilah, yakni jamu kolonial yang kerap disapa jamu gendong, jamu nusantara dan jamu milenial (jamu kekinian). Komplikasi yang sering dijumpai dalam masyarakat adalah enggan masyarakat khususnya generasi Z untuk mengonsumsi jamu. Hal ini disebabkan dengan alasan rasa jamu yang kurang bisa dinikmati serta tampilannya yang kurang menarik.

Agar jamu bisa tetap eksis di kalangan Generasi Z maka dibutuhkan upaya untuk merevitalisasi citra jamu yang dikenal sebagai minuman kuno di kalangan mereka. Berbagai cara sudah dilakukan untuk menarik minat Generasi Z terhadap jamu, mulai dari modernisasi baik dari kemasan maupun rasa, konten video di media sosial seperti tren kesehatan modern maupun konten edukasi tentang jamu. Berlangsungnya upaya tersebut bertujuan untuk menarik minat Generasi Z terhadap jamu.

Jamu sudah ada dan berkembang sebagai minuman kesehatan sejak masa kejayaan Hindu-Budha yang mana sejarah jamu sudah melekat dengan banyak peristiwa yang ada di Indonesia sejak zaman nenek moyang. Pelestarian jamu serta penyusunan strategi untuk menarik minat Generasi Z adalah salah satu bentuk upaya untuk terus mengingat dan melestarikan sejarah dan identitas Indonesia. Pemanfaatan minuman tradisional khususnya jamu, merupakan urgensi yang dilakukan untuk mewujudkan gaya hidup sehat di tengah modernisasi. Jamu tidak hanya berkhasiat untuk kesehatan saja melainkan juga termasuk identitas bangsa. Melalui penelitian yang dilakukan terkait revitalisasi jamu peneliti dapat mengetahui perkembangan produk minuman yang lain dan akan memberikan pengetahuan tentang strategi yang tepat untuk revitalisasi jamu agar menarik minat dan kesadaran generasi Z untuk membeli produk minuman jamu.

Pemanfaatan minuman tradisional khususnya jamu, merupakan urgensi yang dilakukan untuk melestarikan warisan budaya nenek moyang sekaligus mewujudkan gaya hidup sehat di tengah modernisasi. Jamu tidak hanya berkhasiat untuk kesehatan saja melainkan juga termasuk identitas bangsa.

METODE

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian ini dapat memberikan hasil penelitian secara deskripsi, penjelasan, dan validasi dari suatu peristiwa. Peneliti melakukan penelitian tindakan yang bertujuan untuk evaluasi pada sebuah manfaat, kegunaan, dan kelayakan jamu agar bisa mendapatkan hasil akhir yang lebih baik. Penelitian kepustakaan yang dilakukan peneliti dari awal hingga akhir untuk mengkaji ulang beberapa teori. Penelitian komparatif yang bertujuan melihat perbedaan dari dua atau lebih situasi, manfaat, dan kegunaan dari suatu pariwisata atau kegiatan. Juga peneliti melakukan penelitian survei untuk mendapatkan data dan fakta dari responden yang dapat diukur secara statistik untuk memberikan hasil akhir yang lebih baik.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mencari tahu seberapa besar minat Generasi Z terhadap jamu dan menemukan strategi terbaik dalam menarik minat Generasi Z untuk melestarikan minuman tradisional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Jamu

Tradisi meracik dan mengonsumsi jamu sebagai minuman kesehatan Jawa awalnya berkembang pada masa kejayaan Hindu-Buddha. Pernyataan ini diperoleh dari data artefaktual dari relief Karmawibhanga di Candi Borobudur abad VIII. Relief tersebut berisi seorang laki-laki sakit yang memperoleh pijatan di bagian kepala serta digosokkan bagian perut sampai dada. Selain itu, ada yang membawa mangkuk ramuan (racikan jamu) untuk diminum. Relief selanjutnya berisi suasana bersyukur atas kesembuhan seseorang.

Jamu diduga berasal dari kerajaan Mataram. Berbagai situs yang memiliki ilustrasi pembuatan jamu diantaranya adalah situs arkeologi Liyangan dan kuda pada relief Borobudur. Tanaman nagasari, pinang, jambang, pandan, dan kecubung yang dikenal sebagai tanaman yang sering dipakai untuk meracik jamu juga terlihat dalam relief tersebut. Relief serupa juga dapat dijumpai di Candi Prambanan, Penantaran, Sukuh, dan Tegawangi (Karsiati, 2017). Penemuan artefak cobek dan ulekan atau alat tumbuk di situs arkeologi Liyangan yang berlokasi di lereng Gunung Sindoro, Jawa Tengah juga memperkuat fakta ini.

Profesi peracik jamu dan penjual jamu muncul di prasasti 'Madhawapura' dengan nama 'acaraki' (Ullen Sentalu, 2020). Sebelum menjadi 'acaraki', seseorang tersebut harus melakukan ritual seperti berpuasa, berdoa, dan meditasi agar mendapat energi positif bagi penyembuhan. Perkembangan jamu di Indonesia dimulai dari 1820 Masehi, jauh sebelum Indonesia Merdeka. Industri Jamu dimulai dari industri jamu rumahan di Jawa Tengah, lalu menyebar ke pulau-pulau di Indonesia. Industri jamu mulai tumbuh menjadi pabrik-pabrik besar pada tahun 1990, seperti Jamu Jago, Nyonya Meneer, Sido Muncul dan Jamu Borobudur.

Minuman berkhasiat ini memiliki kaitan yang erat dengan wanita, karena umumnya penjual jamu gendong adalah seorang wanita. Di daerah Nguter, Sukoharjo, Jawa Tengah, dipercaya termasuk sebagai salah satu pusat tradisi jamu. Sebutan 'Mbok Jamu' sebagai wanita penjual

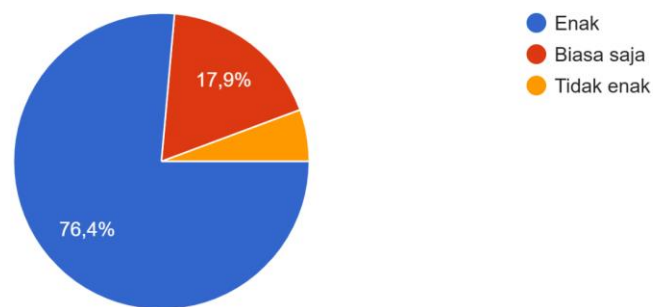
jamu juga berasal dari kota Sukoharjo. Umumnya, peracik jamu berasal dari para wanita. Namun, seiring berkembangnya zaman, jamu tidak lagi identik dengan para wanita, pemilik jamu dengan tampilan Kiwari, Acaraki Jamu, merupakan seorang laki-laki.

Pembahasan

Untuk mengetahui minat Generasi Z terhadap jamu, peneliti menyebarkan kuesioner kepada Generasi Z. Diperoleh 106 responden. Berikut hasil tanggapan dari kuesioner yang telah disebar:

Bagaimana pendapat anda tentang rasa jamu tradisional?

106 jawaban

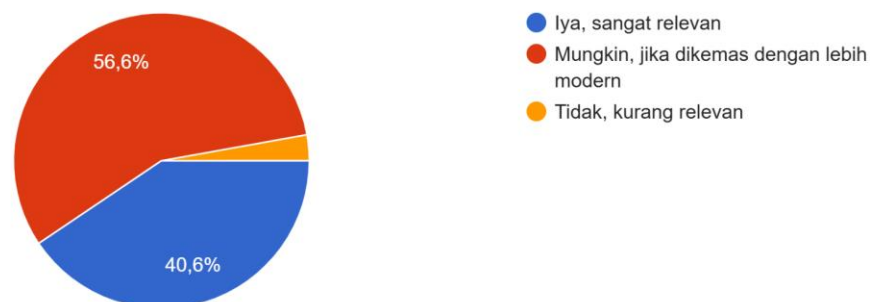


Gambar 1. Hasil kuesioner mengenai pendapat Generasi Z mengenai rasa jamu

Hasil dari analisis kuantitatif menunjukkan bahwa 76,4% dari 106 generasi Z yang merespon angket penelitian ini menyetujui bahwa jamu bisa dinikmati lebih lanjut dan menjadi kegemaran di kalangan Generasi Z apabila dikemas melalui proses modifikasi yang lebih modern dan profesional.

Menurut anda, jamu bisa menjadi bagian dari gaya hidup sehat masa kini?

106 jawaban

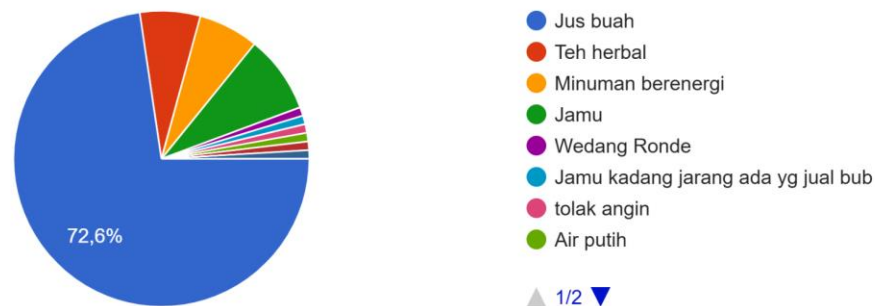


Gambar 2. Hasil kuesioner mengenai jamu sebagai bagian dari tren gaya hidup sehat

Tren gaya hidup sehat adalah tren yang menjadi topik hangat di kalangan Generasi Z saat ini. Pernyataan ini didukung oleh 56,2% responden yang setuju bahwa jamu bisa menjadi bagian dari tren gaya hidup sehat.

Minuman kesehatan apa yang biasanya anda konsumsi?

106 jawaban



Gambar 3. Hasil kuesioner mengenai minuman kesehatan yang biasa diminum Generasi Z

Namun ketertarikan Generasi Z terhadap konsumsi jamu masih terbilang rendah, yaitu hanya 8,6% dibanding minat generasi z terhadap konsumsi jus buah, yakni 72,4%. Banyak dari generasi Z yang lebih tertarik pada jus buah karena rasa yang enak dan tampilannya yang menarik. Sebab hal inilah jamu rendah peminat, jamu memiliki rasa cenderung pahit dan tampilannya yang kurang menggugah selera di era kekinian dan serba digital. Era milenial atau kekinian, menjamurnya e-commerce melalui teknologi digital juga menjadi salah satu faktor minimnya penjualan jamu di kalangan Generasi Z, banyak dari produsen jamu adalah orang tua yang kurang mengerti tentang teknologi. Pada umumnya penjual jamu gendong adalah kaum wanita. Lebih dari separuh penjual jamu gendong (66,7%) berusia 21-40 tahun(Djamaludin et al., 2009). Sehingga, kebanyakan dari sistem penjualan jamu masih dilakukan secara manual dan belum banyak tersedia di e-commerce yang umumnya digunakan oleh Generasi Z saat ini. Maka, strategi pemasaran melalui e-commerce juga perlu dikembangkan agar jamu bisa menjadi minuman yang memiliki peminat tinggi, utamanya di Generasi Z dan Generasi seterusnya.

Strategi Pelestarian Jamu

Strategi revitalisasi jamu untuk melestarikan minuman tradisional di kalangan Generasi Z mencakup beberapa pendekatan yang sesuai dengan tren dan preferensi anak muda saat ini. Berdasarkan hasil survei berupa angket yang disebar secara online di kalangan Generasi Z. 37,7% Generasi Z menyatakan bahwa jamu lebih dapat diterima apabila jamu dikemas dengan lebih modern.

Mengubah persepsi bahwa jamu kuno dan tidak enak dilakukan dengan inovasi dalam rasa, kemasan, dan cara penyajian. Jamu dikemas dengan gaya modern dan disajikan di tempat-tempat populer bagi generasi muda, seperti kafe, restoran, dan bar jamu. Campuran bahan modern seperti krim dan rempah yang menarik, serta penyajian langsung di hadapan konsumen, membantu membuat jamu lebih menarik dan mudah diterima oleh anak muda.

Berdasarkan literatur yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa strategi pelestarian minuman tradisional mencakup beberapa strategi. Pertama, Inovasi Produk dan Kemasan. Menawarkan variasi produk jamu yang sesuai dengan selera generasi muda, misalnya dengan rasa yang lebih ringan atau bentuk modern seperti jamu instan atau kapsul. Desain kemasan yang modern dan ramah lingkungan juga penting untuk menarik perhatian generasi ini, yang lebih peduli terhadap estetika dan tanggung jawab lingkungan. Kedua, Pemasaran Berbasis Teknologi dan Media Sosial. Menggunakan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk mempromosikan jamu dengan kemasan menarik dan konten edukatif. Penggunaan influencer atau brand ambassador dari kalangan generasi Z juga bisa meningkatkan daya tarik produk jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan alami. Kampanye yang menekankan tren "back to nature" bisa menarik perhatian karena generasi Z semakin sadar akan kesehatan dan lingkungan. Ketiga, Edukasi dan Pendampingan. Edukasi mengenai manfaat

kesehatan jamu yang didukung oleh penelitian ilmiah bisa meningkatkan kepercayaan generasi Z. Selain itu, memberikan pelatihan kepada produsen jamu tentang penggunaan teknologi informasi untuk memperluas pemasaran dapat membantu meningkatkan penjualan dan mempertahankan keberlanjutan tradisi jamu.

SIMPULAN

Kesimpulan dari revitalisasi jamu sebagai upaya pelestarian minuman tradisional di kalangan Generasi Z adalah bahwa inisiatif ini penting untuk menjaga warisan budaya serta meningkatkan apresiasi generasi muda terhadap minuman sehat berbahan alami. Revitalisasi dilakukan melalui inovasi bentuk, rasa, kemasan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk mempromosikan jamu, sehingga lebih menarik bagi generasi Z yang cenderung tertarik pada tren dan kemudahan akses. Dengan strategi yang tepat, seperti kolaborasi dengan influencer, menciptakan produk siap saji, serta mengedukasi manfaat kesehatan jamu, upaya ini berpotensi meningkatkan konsumsi jamu di kalangan anak muda dan memastikan keberlangsungan minuman tradisional ini di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani & Pritasari, W. (2024). Literature Review: Jenis dan Manfaat Jamu di Indonesia
- Amelia, S., Juwita, F., & Fajriyah, A. (2020). Pengaruh Pemberian Kunyit Asam Terhadap Penurunan Intensitas Nyeri Haid.
- Andini, L. G. R. W., Kassapa, J., & Dewi, P. Y. C. (2023). Jamunity: Strategi Pengembangan Potensi Jamu Sebagai Warisan Budaya Berbasis Community Empowerment Linkage di Indonesia.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030.
- Bowen, J., Kotler, P., & Makens, J. (1999). Marketing for Hospitality and Tourism.
- Djamaludin, M. D., Sumarwan, U. & Mahardikawati, G. N.A. (2009). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Jamu Gendong di Kota Sukabumi.
- Fibiona, I., & Lestari, S. N. (2015). Revitalisasi Jamu Jawa dan Obat Tradisional Cina Abad XIX - Awal Abad XX.
- Hartajanie, L. & Lindayati. (2021). Herbal untuk Kalangan Muda.
- Isnaeni, Puspitasari, A. D., Purnomo, M., Budiastuti., Suroso, A & Trisnowati, I. (2023). Revitalisasi Image Masyarakat Terhadap Jamu Sebagai Kearifan Lokal Menuju Level Internasional.
- Jalil, M., Purwantoro, A., Daryono B. S., Kurniawan, F. Y., & Purnomo. (2021). Jamu Kunir Asem: Tinjauan Etnomedisin oleh Peramu Jamu Jawa di Yogyakarta.
- Kamal, M. A., Herawati, T., & Suhairiyah. (2024). Pemberdayaan Kearifan Lokal Melalui Workshop dan Pelatihan Pembuatan Serbuk Jamu Sehat Remaja Khas Madura.
- Marsono & Irdana, N. (2022). Atraksi Jamu sebagai Daya Tarik Wisata pada Candi Borobudur, Kasultanan Yogyakarta, Kadipaten Pakualaman, dan Jamu Gingsang.
- Septyadi, M. A.K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi.
- Wulandari, E., Faturrohman. H., Widodo, S. T., Wahyuni, N. I., & Ningsih, F. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Interaktif Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Mata Pelajaran Pendidikan Pancasila Kelas II SDIT Insan Mulia Semarang.
- Yahya, B. N., Taufid, A., Lestariningsih, T., & Prabowo, I. D. P. (2024). Transformasi Konsumsi Jamu di Kalangan Generasi Muda: Analisis di Semarang Selatan.
- Yulina, I. K. (2017). Back to Nature: Kemajuan atau Kemunduran.