

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki berbagai macam kekayaan, salah satunya adalah kekayaan yang berasal dari rempah-rempah dan tanaman yang memiliki banyak khasiat, yaitu minuman jamu. Berdasarkan data dari Riset Kesehatan Dasar (Riskedas) tahun 2013, sekitar 95% dari mereka yang meminum jamu merasakan langsung khasiatnya. Selain itu, berdasarkan riset tersebut 30% rumah tangga di Indonesia menggunakan jamu sebagai pengobatan tradisional. Jamu disajikan dalam berbagai jenis sesuai dengan bahan dasarnya dan kegunaannya. Berbahan dasar dari tanaman herbal yang beragam di Indonesia, jamu mempunyai khasiat yang berbeda-beda. Banyak kandungan yang bermanfaat bagi tubuh dalam rempah-rempah yang digunakan untuk menjadi bahan baku jamu, salah satunya rempah-rempah tersebut adalah kunyit. Kandungan yang terdapat pada kunyit kaya akan vitamin C, zat besi, fosfor dan kalsium (Nugroho, 1998). Kandungan tersebut dibutuhkan untuk membentuk mineral dalam tubuh. Mineral berperan penting dalam kerja tubuh sebagai pengatur enzim, penyeimbang asam basa, dan pembentukan hemoglobin (Almatsier, 2001). Kandungan tersebut tidak hanya terdapat dalam kunyit, rempah lainnya bermanfaat untuk berperan dalam menjaga sistem tubuh. Salah satu cara pengolahan jamu adalah dengan mengambil sari dan perasan tanaman herbal tersebut. Jamu yang terkenal seringkali berbahan dasar kunyit, jahe, kencur, lengkuas, brotowali, dan lainnya. Rempah mengandung beberapa khasiat yang biasa digunakan untuk menjadi jamu, di antaranya kunyit berkhasiat menjadi penetralisir racun dalam tubuh serta untuk menghilangkan pegal-pegal, jahe berkhasiat mengatasi radang, kencur berkhasiat untuk meredakan kembung, dan lainnya (madaninews.id, 2019). Untuk mengurangi rasa pahit, jamu ditambahkan gula jawa, gula batu atau perasan jeruk nipis.

Jamu Gendong adalah minuman yang sudah ada sejak zaman kerajaan Mataram (kumparan.com, 2017), sehingga jamu merupakan minuman tradisional yang sudah berusia cukup lama. Menurut Suharmiati (2003), jamu keliling dipasarkan pertama kali melalui pesuruh dari dukun herbal bagi masyarakat yang tinggal jauh dari rumah dukun tersebut. Penjualan keliling menggunakan bakul untuk menjadi wadah dari botol-botol jamu yang sudah diolah. Awal mula tradisi distribusi jamu ini dilakukan oleh para lelaki dan perempuan. Para lelaki mendistribusikan jamu dengan cara memikulnya, sedangkan perempuan mendistribusikan jamu dengan cara digendong. Tetapi dengan seiringnya waktu, tenaga laki-laki lebih dibutuhkan dalam bidang pertanian, maka perempuan yang mengganti peran laki-laki untuk menjual jamu. Sejak saat itu istilah “Jamu Gendong” terkenal karena banyaknya perempuan saat itu yang berjualan jamu. Perempuan yang menjadi dominan dalam berjualan jamu menyebabkan banyak pelanggan jamu tersebut adalah para laki-laki, hal ini didorong oleh ketertarikan laki-laki pada pedagang jamu yang dinilai lemah lembut dan halus. Pedagang perempuan mempunyai ciri khas dalam berjualan seperti seringnya memakai kebaya dan kain batik untuk menggendong bakul. Hal ini masih berlangsung sampai sekarang dan menjadi sebuah tradisi turun temurun dalam dunia jamu, adapun komunitas yang cukup besar antar pedagangnya. Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern dan serba mudah, jamu gendong perlahan mengganti cara distribusinya dengan menggunakan kendaraan seperti motor. Penggunaan motor sebagai transportasi untuk mendistribusikan jamu dinilai efektif dari menghemat tenaga sampai meraup konsumen yang lebih banyak karena waktu yang digunakan untuk berkeliling akan lebih cepat.

Perkembangan obat tradisional dimulai dari ramu-ramuan tradisional yang berkembang di tengah masyarakat, kemudian berkembang menjadi suatu ramuan yang diyakini memiliki khasiat tertentu bagi tubuh manusia. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan, obat tradisional dibagi menjadi tiga, yaitu obat herbal, jamu, dan fitofarmaka. Jamu sebagai obat didukung oleh survei awal yang penulis sebarakan kepada 39 responden, 64% memandang jamu sebagai minuman

herbal untuk mengobati penyakit. Namun, menurut data dari *e-commerce* Gogobli, perbandingan penjualan pasar jamu dan pasar obat kimia pada tahun 2017 terpaut jauh, yakni pasar jamu memegang 15 Miliar Rupiah sedangkan pasar obat kimia mencapai angka 29,5 Miliar Rupiah (cnnindonesia.com, 2018). Banyak orang yang mulai beralih kepada obat kimia karena dianggap lebih praktis untuk dikonsumsi dan lebih cepat dalam proses penyembuhan, padahal obat kimia memiliki banyak efek samping yang tidak baik terhadap kondisi tubuh karena bagaimanapun obat tersebut tetap memakai bahan-bahan kimia sedangkan jamu menggunakan bahan yang alami begitu pun dengan proses pembuatannya. Permasalahan ini juga berdampak kepada semakin sulitnya menemukan jamu murni yang berkualitas seiring banyaknya jamu instan dalam bentuk serbuk yang mengurangi khasiat murni karena tercampur dengan bahan kimia dan tentu saja hal ini berefek buruk bagi kesehatan, seperti mengendapnya sisa serbuk jamu instan dalam tubuh. Kurangnya minat masyarakat terhadap jamu sebagai minuman kasual dalam kehidupan sehari-hari pun ikut menjadi salah satu alasannya. Inilah yang membuat banyak orang terutama masyarakat yang terpaksa untuk mengikuti tren yang ada dan semakin menurunnya minat terhadap jamu karena terus bertambahnya minuman yang dianggap lebih “modern” daripada jamu. Jamu gendong kini sudah semakin jarang ditemukan terutama di kota-kota besar, ditambah lagi dengan minat konsumen terhadap jamu gendong pun sudah mulai menurun karena didukung oleh beberapa faktor tentang jamu gendong seperti rasanya yang cukup pahit hingga tidak menarik untuk diminum, serta kurangnya inovasi untuk mengikuti tren pasar sehingga jamu selalu berada di ruang lingkup konsumen yang kecil. Jamu keliling yang diawali dengan jamu gendong lekat dengan tradisi sejak zaman dahulu dan memiliki pandangan konservatif membuat banyak orang berpikir dua kali untuk meminum jamu atau bahkan mencarinya ketika sebenarnya jamu bisa didapatkan dengan mudah melalui jamu gendong. Jamu gendong pada dasarnya sudah melekat dalam ingatan masyarakat, hanya saja kesan dan pemasaran yang tidak mengikuti perkembangan zaman menjadi salah satu alasan mengapa jamu terutama jamu keliling kurang diminati, terutama oleh masyarakat kalangan menengah ke atas

yang tinggal di kota. Sungguh disayangkan jika hal ini terus terjadi mengingat jamu adalah minuman tradisional asli dari Indonesia yang terbukti memiliki banyak khasiat dan tradisi jamu gendong yang masih bisa dikembangkan dengan memunculkan kesan dan citra baru yang bisa mengikuti inovasi-inovasi yang modern.

Walaupun begitu, Menteri Perindustrian tahun 2016-2019, Airlangga Hartarto menilai bahwa peluang jamu dalam memiliki potensi tetap terbuka lebar. Hal ini disebabkan karena Indonesia memiliki 30.000 jenis tanaman, sedangkan yang baru dimanfaatkan sekitar 350 jenis (ekonomi.bisnis.com, 2019). Kedepannya, pemerintah mengatakan bahwa mereka akan lebih mendorong perindustrian jamu agar bisa memenuhi target penjualan. Diharapkan tradisi jamu gendong yang kini kebanyakan beralih menggunakan kendaraan motor bisa tetap ada dan meluas sebagai sebuah komunitas. Hal ini mendorong penulis untuk menciptakan sebuah cara yaitu membangun identitas merek untuk memunculkan citra baru dari jamu gendong dengan motor yang bisa menjadi solusi dari fenomena di atas sehingga jamu bisa dianggap sebagai minuman kasual yang bisa dikonsumsi sehari-hari dan berkhasiat serta mendorong komunitas dari pedagang-pedagang jamu.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, masalah bisa diidentifikasi sebagai berikut :

1. Jamu Gendong tidak dianggap praktis dalam kehidupan sehari-hari karena beberapa faktor.
2. Inovasi yang berkembang membuat sisi tradisional jamu gendong semakin menghilang.
3. Kurangnya identitas merek untuk mendorong citra jamu gendong ke target yang lebih luas serta mengembangkannya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dijadikan landasan penelitian adalah :

1. Bagaimana merancang identitas merek jamu gendong yang modern dan tetap mempertahankan konsep tradisionalnya?
2. Bagaimana merancang identitas merek jamu gendong agar bisa dipasarkan kepada target yang lebih luas?

1.2.3 Batasan Masalah

Untuk memberikan fokus dalam penelitian ini, maka penulis memberi batasan masalah yaitu :

Penelitian dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat. Target audiens adalah masyarakat kalangan menengah dari umur 18-25 tahun. Hal yang diteliti adalah identitas merek yang cocok untuk jamu gendong sesuai dengan minat target.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang ada dalam penelitian ini adalah :

a. *What* (Apa)

Merancang identitas merek minuman tradisional jamu gendong bermotor dengan kesan modern dan menyenangkan.

b. *Who* (Siapa)

Target audiens adalah masyarakat kalangan menengah dari umur 18-25 tahun.

c. *When* (Kapan)

Pengumpulan data dikumpulkan sejak bulan Januari 2020.

d. *Where* (Dimana)

Penelitian dilakukan di sekitar Kota Bandung, Jawa Barat.

e. *How* (Bagaimana)

Merancang identitas merek jamu gendong dengan motor berdasarkan minat dan perilaku konsumen yang sesuai dengan target.

1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari penelitian dan rancangan tugas akhir adalah :

1. Membuat jamu gendong memiliki identitas merek yang modern tanpa menghilangkan sisi tradisionalnya.
2. Menaikan daya minat konsumen akan jamu dalam kehidupan sehari-hari sebagai minuman kasual.

1.4.2 Manfaat Perancangan

1. Menaikan minat jamu untuk dikenal lebih luas tanpa menghilangkan identitas tradisional dari jamu itu sendiri.
2. Memberikan pandangan dan citra yang baru bagi jamu gendong dalam kehidupan masyarakat.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penyusunan yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah:

a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati fenomena yang bersangkutan dengan topik jamu gendong dalam pandangan masyarakat.

b. Kuesioner

Metode ini dilakukan untuk mengetahui pandangan gendong dan minat beli terhadap konsumen.

c. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi terkait informasi tentang jamu, dan teori untuk menjadi landasan perancangan.

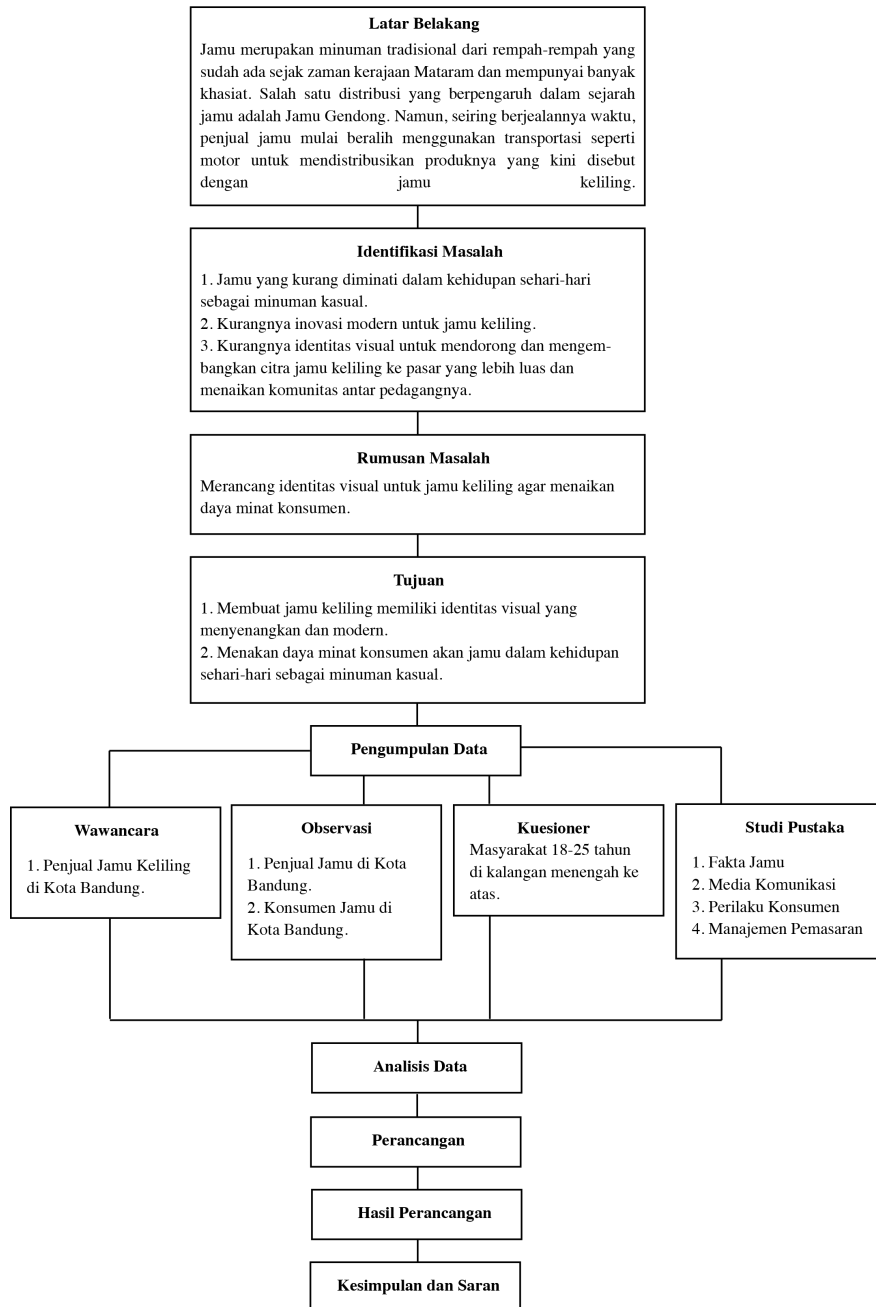
d. Wawancara

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan data yang terkait jamu terutama jamu gendong sebagai minuman tradisional yang ada hingga kini.

1.5.2 Metode Analisis

Metode SWOT ini merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan untuk merumuskan di mana posisi perusahaannya berada. Perusahaan akan mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, apa saja peluang yang akan terjadi, dan apa saja ancaman bagi perusahaan. Metode ini memudahkan perusahaan untuk efektif dan tepat sasaran dalam proses pemasaran. (Cholil, 2018)

1.6 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Nuraulia Mugniza. 2020

1.7 Pembabakan

Dalam penulisan ini, dibutuhkan gambaran singkat per bab mengenai Perancangan Identitas Visual Jamu Keliling Untuk Menaikan Minat Konsumen menjadi beberapa bagian, yaitu :

- BAB I** Pendahuluan yang dimulai dari latar belakang, Permasalahan, Ruang Lingkup, Tujuan dan Manfaat, serta Kerangka Perancangan.
- BAB II** Penjabaran tentang teori-teori yang digunakan penulis sebagai referensi dalam perancangan ini.
- BAB III** Hasil Pengumpulan Data yang menjabarkan tentang data yang diperoleh melalui Metode Pengumpulan Data dan analisis masalah.
- BAB IV** Konsep Perancangan dan Hasil Perancangan
- BAB V** Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran yang disampaikan oleh penulis.