BAB 2

DATA DAN ANALISA

2.1 Sumber Data

Data yang tercantum di paper ini berasal dari artikel koran, artikel di internet, studi literatur dan hasil wawancara dengan sumber terkait. Untuk mendukung proyek TA ini, maka data dan analisa dibatasi hanya pada data yang mendukung.

2.2 Sekilas Sejarah Jamu

Penggunaan jamu di Indonesia untuk tujuan penyembuahan telah ada dari masa prasejarah. Ini terbukti dengan adanya koleksi batu yang berupa batu penggilas yang biasa digunakan untuk menggerus tanaman dari jaman neolitikum di Museum Nasional. Di Candi Borobudur yang dibuat pad abad ke-8 atau 9, ada relief yang memperlihatkan daun kalpataru dan bahan lainnya dicampur untuk membuat ramuan yang digunakan dalam perawatan kecantikan wanita.

Di Surakarta (Solo) ditemukan dua catatan tentang jamu yang bernama Serat Kawuh bab Jampi-jampi dan Serat Centhini. Catatan ini dibuat abad ke-18. Di dalamnya memuat total 1.734 formula jamu beserta informasi kegunaanya yang diwariskan hanya pada keturunan terpilih.

Profesi kedokteran di Indonesia baru menyadari nilai dari pengobatan tradisional sekitar tahun 1940. Pada bulan Juni 1940 di Surakarta, ada pertemuan kongresi ke-2 Perkumpulan Kedokteran yang merupakan revolusi pengobatan tradisional Indonesia. Setelah pertemuan ini selesai, mulai diadakan penelitian tentang tanaman

obat. Hal ini merupakan langkah pertama untuk menetapkan jamu sebagai obat komplementer.

Filosofi di Belakang Pengobatan Dengan Jamu

Dalam pengobatan dengan jamu, dikatakan oleh BRA Mooryati Soedibyo, selaku Presiden Direktur Jamu Mustika Ratu dan ketua Asosiasi Jamu dan Pengobatan Tradisional Indonesia, bahwa sebenaranya Indonesia menggabungkan antara penyembuhan, spiritualitas,keagamaan, ke-gaib-an dan elemen tumbuhan itu sendiri. Beliau mengatakan bahwa masyarakat Indonesia percaya kepada Tuhan dan kekuatanNya. Tuhan menciptajan manusia dan memberikan kesehatan fisik dan kesejahteraan. Menurut konsep ekologi, alam diciptakan untuk menyokong kehidupan dan kehidupan bergantung dari bagaimana manusia mengguanakan akal dan perasaannya. Akal mengajarkan pada kita, bahwa jika ada kegelapan, pastia ada terang; jika ada penyakit, maka ada penyembuh; jika ada racun, maka ada penangkalnya.

Agama Islam mengatakan bahwa menyembuhkan penyakit adalah pelayanan tertinggi kepada Tuhan. Di dalam Alquran dikatakan: "Alam telah diciptakan Tuhan untuk manusia untuk digunakan demi hal yang baik...Tuhan memberikan penyembuh untuk setiap penyakit"

Dengan ini, agama dan alam adalah dasar dari pembuatan jamu.

2.3 Jamu dalam Pandangan remaja Jakarta

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak produsen jamu, survey dan pencarian data di internet,, ditemukan bahwa ada sederetan image lama yang mungkin masih melekat dalam benak masyarakat, seperti jamu itu adalah kuno, ramuan dari nenek

moyang yang sudah ketinggalan jaman, pahit dan alasan-alasan lainnya. Berbagai pendapat miring mengenai hal itu kebanyakan dilontarkan oleh mereka yang masih berusia muda, yang saat ini dipercaya belum sepenuhnya tertarik untuk mengonsumsi produk jamu-jamuan. Karena alasan ini, maka dirasa perlu diadakan suatu acara menarik yang dikhususkan untuk mereka yang berusia muda yang melibatkan unsur jamu.

Saat ini ada dua produsen jamu di Indonesia yang gencar berusaha mengangkat citra jamu dengan membawa jamu tersebut ke kalangan menengah atas.

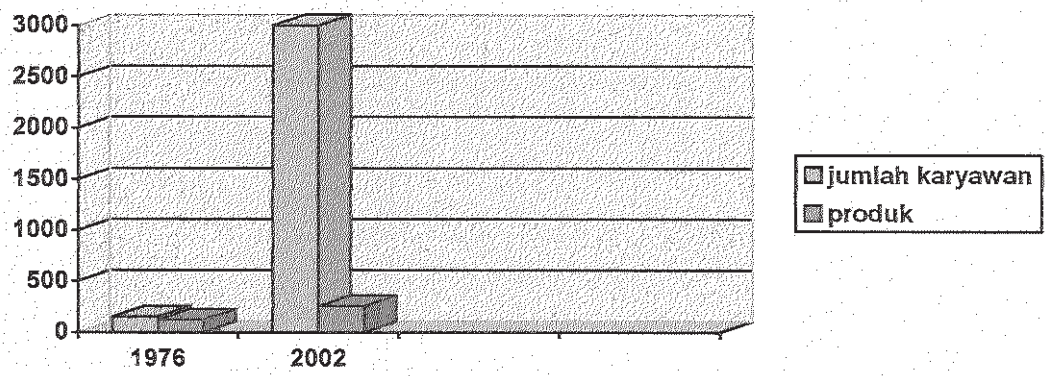
Irwan Hidayat, PresDir SidoMuncul menyebutkan, selama ini untuk produk Tolak Angin pihaknya sengaja menghadirkan tokoh-tokoh publik antara lain Rhenald Kasali (Ketua Jurusan Pascasarjana UI), Wynne Prakusya (petenis nasional), selebriti Sophia Latjuba dan terakhir Setiawan Djody. Hal itu katanya demi mengangkat citra jamu yang selama ini identik dengan kesan kelas bawah. Selama ini katanya, ada persepsi bahwa yang minum jamu itu selalu kelas bawah. "Saya pikir mesti dikasih orang kelas atas yang minum jamu sebagai bintang iklan," ujarnya mengenai alasan pemilihan Setiawan Djody sebagai bintang iklan Tolak Angin.

Manajemen SidoMuncul juga mengalihkan target market dari semula menengah bawah menjadi menengah atas. Strategi pemasaran tersebut diakui Irwan turut berperan meningkatkan omset penjualan SidoMuncul dan mengangkat citra jamu di masyarakat.

PT Nyonya Meneer salah satu produsen jamu terkenal di Indonesia, rela mengeluarkan dana sebesar 1 miliar lebih, guna diinvestasikan kepada pembuatan cafe khusus jamu. Cafe khusus jamu yang diberi nama Meneer cafe itu, berdiri di tempat strategis dan bergengsi di lantai 6 Senayan Trade Center Jakarta selatan. Menurut Charles Saerang, selaku Direktur utama PT Nyonya Meneer, pendirian cafe khusus jamu ini untuk menjawab tantangan seputar image lama yang melekat pada produk jamu.

"Dengan mendirikan cafe khusus jamu ini, kita ingin menghapus citra yang melekat dimasyarakat bahwa jamu hanya cocok untuk masyarakat kelas menengah ke bawah. Selain itu, kita sebagai produsen jamu menginginkan agar kebiasaan meminum jamu ini bisa menjadi gaya hidup masyarakat kota yang mengerti akan kesehatan, apalagi dengan masuknya produk-produk jamu ke dalam pengelolaan cafe", katanya.

Perkembangan jamu di Indonesia juga dapat di ukur dari grafik di bawah:



1.1 Grafik pertumbuhan jumlah karyawan dan produk Jamu Nyonya Meneer

No	Negara	Jumlah outlet
1	Indonesia	28660
2	Singapur	400
3	Malaysia	1600
4	Filipina, Korea, Belanda, Taiwan, Jepang, AS, Brunei, Arab Saudi, Vietnam, dan Selandia Baru.	2900

1.2 Tabel Jumlah Outlet Jamu Nyonya Meneer

Pertumbuhan Sido Muncul rata-rata 30-40 persen setiap tahunnya. Tahun 2003 perusahaan menargetkan penjualan lebih tinggi dari 2002 yang besarnya sekitar Rp 250 miliar. Tetapi menurut Irwan Hidayat, jumlah tersebut masih kalah jauh bila dibandingkan dengan omset industri farmasi yang tahun 2003 mencapai Rp 20 triliun.

2.4 Gaya Hidup dikalangan Remaja

Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri untuk sesuai dengan 'seperti apa seseorang dipersepsikan' dan dengan sendirinya masuk kelompok sosial tertentu dengan pola-pola perilaku tertentu.

Bagi banyak remaja, artis dibuat menjadi *trendsetters*. Ketika para artis yang menjadi *trendsetters* mulai mengubah gaya hidupnya, sebagian anggota masyarakat yang menjadi *trend followers* ikut menyesuaikan cara mengekspresikan dirinya, dengan gaya hidup yang di contohkan. Atas data ini, maka tepatlah dibuat acara festival jamu modern yang menghadirkan ikon-ikon remaja seperti shanty, samuel

rizal, dian sastro yang nantinya dapat dijadikan *trendsetter* bagi remaja untuk menkonsumsi jamu modern. Dan kecendrungan remaja untuk bersosialisasi serta kesukaan mereka terhadap musik juga dapat menjadi daya tarik bagi kesuksesan acara ini.

2.5 Manfaat Jamu dan Jenis jamu

Jamu adalah obat jadi/ obat berbungkus yang berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan, hewan, mineral dan sediaan galeniknya/campuran dari bahan-bahan tersebut yang belum mempunyai data klinis dan dipergunakan dalam usaha pengobatan berdasarkan pengalaman.

Manfaat jamu tergantung dari bahan yang diraciknya. Setiap jenis racikan mempunyai khasiatnya tersendiri. Obat tradisional golongan jamu sebagian besar merupakan obat tradisional yang penggunaannya untuk kenikmatan dan menjaga kesehatan sedang golongan fisioterapi terdiri dari obat tradisional yang memiliki daya penyembuhan penyakit dan kesehatan.

Bentuk obat tradisional sejak jaman dulu telah digunakan dalam bentuk tradisional yaitu:

a. bentuk rejangan yang direbus
b. bentuk serbuk yang diseduh dengan air mendidih/panas
c. bentuk cairan hasil pipisan dari bahan segar yang ditumbuk, diremas kemudian di peras.

Jenis jamu:

a. rajangan/godokan: merupakan bentuk yang masih dalam bentuk rempah dan pemakaiannya di masak dengan air, disaring dan airnya diminum.

b. Serbuk: bentuk bubuk halus, pemakaiannya diseduh denagn air panas, kemudian diminum, dapat juga dengan tambahan bahan-bahan lain seperti madu,telur ayam, dll.

c. Pil: bentuk butiran bulat dan berwarna kehitaman, komposisis bahan dapat sama dengan serbuk, tapi dengan bentuk ini mudah diminum dan mudah dibawa-bawa.

d. Kapsul: yaitu bubuk yang diisi di kapsul, berkembang dengan kemajuan teknologi, juga untuk memudahkan cara minum dan praktis, tidak berbau.

e. Tablet: bentuk pipih/gepeng. Bentuk ini sangat praktis. Lebih menarik dan lebih mudah di distribusikan untuk menjangkau ke daerah-daerah jauh.

f. Suspensi: a. Cairan obat dalam b. Cairan obat luar

Biasanya bentuk suspensi ini mempunyai warna, bau dan rasa yang menarik. Untuk cairan obat luar harus cukup cair agar mudah menyebar pada kulit yang diobati.

g. Salep/krem: bentuk salep/krem merupakan obat luar yang biasanya untuk pengobatan kulit

h. Koyo: bentuk obat luar, digunakan dengan cara penempelan untuk pegal-pegal dan linu.

i. Jenang

j. Parem: bentuk parem ada 2 macam yaitu padat dan cair. Untuk yang padat dalam penggunaannya harus emngguanakan air pula. Parem juga merupakan obat luar.

2.4 Data Festival Jamu Modern

Acara yang di promtori oleh DepKes RI ini bertujuan untuk melunturkan persepsi tentang jamu (minuman kesehatan masyarakat bawah, pahit, tidak enak, berbau tidak sedap) dan untuk mensosialisasikan jamu yang disajikan dalam bentuk modern pada masyarakat menengah atas.

Keunikan dari festival ini, semua stand menyediakan jamu oral yang sudah dimodernisasi/dimodifikasi dengan campuran bahan alami lainnya. Hal ini untuk mendukung agar jamu semakin disukai masyarakat atas, terlebih yang tidak suka dengan rasa pahit dan bau.

Festival ini juga melibatkan musik yang hampir selalu dapat menarik minat anak muda.

Tempat, waktu dan acara:

Lokasi : Plaza Senayan, out door

Tanggal : 13-16 Agustus 2004

Waktu : 9.00-22.00

Acara yang akan diselenggarakan:

Dua Stand-Kafe dari produsen jamu Indonesia

Pesertanya adalah Nyonya Meneer dan SidoMuncul. Stand didesain menyerupai kafe. Setiap stand menyediakan produk unggulannya masing-masing yang dipresentasikan dalam bentuk modern juga di sediakan bermacam maknan ringan.

Live music, Interaktif talk show yang menghadirkan icon-icon anak muda seperti Shanty, Dian Sastro, Samuel Rizal, Armand Maulana.

Bermacam perlombaan (meminum jamu tercepat, meracik jamu, mengenali bahan dasar jamu)

Khalayak Sasaran:

Demografi : Usia remaja (15-25), semua jenis kelamin, kelas sosial: A,B.

Geografi : Jakarta dan sekitarnya.

Psikografi : Suka mencoba hal baru, fans artis, penikmat musik, pengikut trend.

Analisa SWOT

Strength (kekuatan)

Para produsen jamu saat ini giat mengusahakan menaikkan citra jamu.

Adanya peningkatan permintaan jamu membuktikan jamu saat ini terus berkembang.

Weakness (kelemahan)

Ketidak-tertarikan remaja bila mendengar kata "jamu" akan mengurangi antusiasme.

Opportunity (peluang)

Acara ini belum pernah diadakan, hal ini akan menimbulkan ketertarikan untuk berpartisipasi.

Acara ini melibatkan musik yang pasti dapat menyedot perhatian remaja.

Threat (ancaman)

Beberapa waktu yang lalu, ada jamu yang di campur dengan bahan kimia, hal ini menyulitkan pengangkatan citra jamu.