

Analisis Multiatribut Fishbein terhadap Jamu Sainifik (Studi Kasus di Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat Makassar dan Puskesmas Colomadu I Karanganyar)

Fishbein Multiattribute Analysis of Scientific Herbal Medicine (Case Study at Traditional Health Center of Makassar Society and Public Health Center of Colomadu I Karanganyar)

Herti Maryani*, Lusi Kristiana, dan Weny Lestari

Pusat Penelitian dan Pengembangan Humaniora dan Manajemen Kesehatan, Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI, Jl. Indrapura 17 Surabaya, 60176

*Korespondensi Penulis: hertimaryani7@gmail.com

Submitted: 08-08-2016, Revised: 20-06-2017, Accepted: 10-07-2017

<http://dx.doi.org/10.22435/mpk.v27i2.5315.89-98>

Abstrak

Pengobatan tradisional saat ini diyakini masyarakat sebagai metode pola hidup sehat. Masyarakat berkeyakinan bahwa mengonsumsi obat tradisional (jamu) relatif lebih aman dan tidak ada efek samping dibandingkan dengan obat medis. Penelitian bertujuan menganalisis sikap konsumen terhadap atribut jamu saintifik. Penelitian dilakukan di Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar dan Puskesmas Colomadu I, Kabupaten Karanganyar pada tahun 2015. Cara pengambilan sampel adalah *consecutive sampling* (sampling berdasarkan kedatangan pasien ke tempat pelayanan), dengan jumlah sampel sebesar 30 orang di setiap lokasi penelitian. Desain penelitian adalah *cross sectional study*. Analisis data adalah model multiatribut Fishbein. Atribut jamu yang dianalisis ada 14 meliputi ciri atau rupa, manfaat, dan fungsi. Hasil menunjukkan bahwa atribut jamu saintifik yang paling penting menurut konsumen di BKTM adalah informasi dosis pada jamu dan kandungan alami, sedangkan di Puskesmas Colomadu I adalah manfaat jamu untuk kesehatan dan aman dikonsumsi dalam waktu lama. Atribut yang paling dipercaya oleh pasien BKTM adalah manfaat jamu untuk kesehatan (skor 3,50), dan di Puskesmas Colomadu I adalah atribut kandungan alami dan bermanfaat bagi kesehatan (skor 3,30). Jamu saintifik dianggap penting dan dipercaya oleh konsumen pengguna jamu di BKTM dan Puskesmas Colomadu I. Sikap konsumen terhadap atribut jamu saintifik adalah baik.

Kata kunci: atribut, jamu saintifik, multiatribut Fishbein

Abstract

Traditional medicine is now believed by the community as a method of healthy living. The community believe that taking traditional medicine (jamu) is relatively safer and there are no side effects compared to medical drugs. The study aims to analyze consumer attitudes towards the attributes of scientific herbs. The study was conducted at Makassar Community Health Center (Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat/BKTM) and Puskesmas Colomadu I, Karanganyar District in 2015. Sampling method was Consecutive Sampling (sampling based on patient arrival to the health services), with total sample of 30 people in each study site. The research was cross sectional study. Data analysis is a Fishbein multi-attribute model. There are 14 herbal attributes analyzed include features, benefits, and functions. The results show that the most important attribute of scientific herbal medicine according to consumer in BKTM is the dosage information on herbal medicine and natural content, whereas in Puskesmas Colomadu I is the benefit of herbal medicine for health and safe for consumption in a long time. The most trusted attributes of BKTM patients are the health benefits of herbal medicine (score 3.50), and the Colomadu I PHC is a natural content attributes and beneficial to health (score 3.30). Scientific Herbs are considered important and trusted by consumers of herbal medicine users in both BKTM and PHC Colomadu I. Consumer attitudes toward the attributes of scientific herbal medicine is good.

Keywords: attributes, herbs scientific, multi-attribute Fishbein

Pendahuluan

Pengobatan tradisional saat ini diyakini masyarakat sebagai metode pola hidup sehat. Kecenderungan ini meningkat karena masyarakat berkeyakinan mengonsumsi obat tradisional (jamu) relatif lebih aman dan tidak ada efek samping dibandingkan dengan obat medis.¹ Banyak kendala yang dihadapi pengguna jamu antara lain ditemukan Bahan Kimia Berkhasiat Obat (BKO) berbahaya dalam jamu dan produk jamu impor di pasar yang belum terdaftar.^{2,3} Masyarakat sering dirugikan oleh iklan pengobatan tradisional yang tidak sepenuhnya benar, dan adanya pelayanan tradisional yang tidak terdaftar di Dinas Kesehatan.⁴ Masyarakat perlu diberikan kesempatan luas untuk menggunakan pelayanan kesehatan tradisional dan pemerintah mempunyai kewajiban untuk melakukan penapisan, pengawasan, dan pembinaan sehingga masyarakat terhindar dari hal yang merugikan akibat informasi menyesatkan atau pelayanan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.⁵

Pemerintah melalui Kementerian Kesehatan mempunyai tugas untuk melaksanakan program pembinaan terhadap pelayanan kesehatan tradisional. Hal ini bertujuan agar pelayanan kesehatan tradisional dapat diselenggarakan dengan penuh tanggungjawab terhadap manfaat, keamanan, dan mutu pelayanan sehingga masyarakat terlindungi dalam memilih jenis pelayanan kesehatan tradisional yang sesuai dengan kebutuhannya.⁶

Sehubungan dengan permasalahan di atas timbul inisiatif Kementerian Kesehatan untuk menyediakan tempat pelayanan kesehatan tradisional yang aman, berkhasiat, dan berkualitas melalui program Sainifikasi Jamu (SJ). SJ adalah pembuktian ilmiah jamu melalui penelitian berbasis pelayanan kesehatan.⁷ Penelitian dilakukan di dua tempat pelayanan yang menyediakan jamu saintifik yaitu Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) dan Puskesmas Colomadu I. Penelitian awal mengenai sikap masyarakat terhadap atribut jamu saintifik perlu dilakukan untuk memperbaiki mutu jamu baik dari segi manfaat, penampilan, maupun fungsi dari jamu.

Jamu saintifik merupakan produk jamu yang sudah dibuktikan secara ilmiah melalui penelitian berbasis pelayanan kesehatan.⁸ Jamu saintifik merupakan produk baru di masyarakat pengguna jasa pelayanan kesehatan tradisional. Penelitian mengenai sikap konsumen terhadap jamu saintifik perlu dilakukan untuk mendukung

program saintifikasi jamu.

Penelitian obat tradisional perlu dilakukan karena perilaku masyarakat Indonesia dalam pencarian pengobatan adalah ke fasilitas pengobatan tradisional (*traditional remedy*), khususnya masyarakat pedesaan, pengobatan tradisional masih menduduki tempat teratas dibanding dengan pengobatan yang lain.⁹

Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 menyatakan bahwa pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Tradisional (Yankestrad) masih tinggi di masyarakat. Angka nasional menunjukkan proporsi rumah tangga yang pernah memanfaatkan Yankestrad dalam 1 tahun adalah 30,4% dan khusus untuk Yankestrad ramuan adalah 49,0%.¹⁰

Tujuan umum penelitian adalah menganalisis sikap konsumen terhadap atribut jamu saintifik dengan menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap jamu saintifik di BKTM kota Makassar dan Puskesmas Colomadu I Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini berguna untuk memperoleh informasi tentang sikap konsumen terhadap jamu saintifik yang digunakan di pelayanan kesehatan dasar dan memberikan masukan kepada Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional (B2P2TOOT) tentang jamu saintifik yang diproduksi sehingga produsen bisa memperbaiki kemasan dan tampilan jamu. Bagi konsumen pengguna pelayanan jamu saintifik memperoleh fasilitas pelayanan kesehatan tradisional yang aman, berkhasiat, dan bermutu.

Metode

Desain penelitian adalah *cross sectional*. Lokasi penelitian di BKTM Makassar dan Puskesmas Colomadu I Karanganyar tahun 2015. Sampel penelitian adalah pasien pengguna jamu saintifik yang telah mengonsumsi jamu lebih dari dua kali. Perhitungan besar sampel menggunakan

$$n = pq \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{d} \right)^2$$

n = besar sampel

p = proporsi variabel yang dikehendaki

q = 1-p

d = kesalahan sampling yang masih dapat ditoleransi = 10%

α = 5%

Dari rumus diatas diperoleh:

$$n = \frac{1.96^2 \times (0.5) \times 0.5}{(0.1)} = 96,04 \text{ responden}$$

Kunjungan pasien di BKTM dan Puskesmas Colomadu I yang menggunakan obat tradisional rata-rata per bulan adalah 30 orang, untuk jumlah populasi kurang dari 10.000 (sepuluh ribu) maka rumus dilakukan koreksi sebagai berikut :

$$nk = \frac{n}{1+n/N}$$

nk = besarnya sampel setelah koreksi

n = besarnya sampel sebelum koreksi

N = besarnya populasi

Hasil perhitungan rumus besar sampel koreksi adalah 23 orang. Jumlah sampel dibulatkan menjadi 30 orang di setiap lokasi penelitian untuk memenuhi jumlah sampel minimal. Cara pengambilan sampel adalah *consecutive sampling*. *Consecutive sampling* merupakan jenis *non probability* terbaik, dan seringkali merupakan cara yang paling mudah. Pada *consecutive sampling*, setiap pasien yang memenuhi kriteria penelitian dimasukkan dalam penelitian sampai kurun waktu tertentu, sehingga jumlah pasien yang diperlukan terpenuhi. Analisis data menggunakan model multi atribut Fishbein. Model Fishbein¹⁶ memiliki dua komponen yaitu:

1. Komponen sikap

Komponen ini bersifat internal individu, berkaitan langsung dengan objek penelitian dan atribut langsung yang memiliki peranan penting dalam ukuran perilaku karena menentukan tindakan apa yang akan dilakukan, dengan tidak dipengaruhi faktor eksternal.

2. Komponen norma subjektif

Komponen ini bersifat eksternal individu yang berpengaruh terhadap perilaku individu. Komponen ini dapat dihitung dengan cara mengalikan antara nilai keyakinan normatif individu terhadap atribut dengan motivasi bersetuju terhadap atribut tersebut.

Pengukuran sikap yang paling sering digunakan adalah model multiatribut sikap dari Fishbein. Salah satu model adalah *Attitude Toward Object Model* yang digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap sebuah produk (pelayanan/jasa) atau berbagai merek produk. Model ini secara singkat menyatakan sikap seorang konsumen terhadap suatu objek ditentukan sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki objek tersebut. Model ini juga

menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek ditentukan dua hal, yaitu evaluasi pentingnya atribut dari produk tersebut (komponen ei) dan kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki produk atau merek (komponen bi).¹⁴

Model multiatribut Fishbein dirumuskan:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

A₀ = sikap terhadap suatu objek

b_i = kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut i

e_i = evaluasi terhadap atribut i

N = jumlah atribut yang dimiliki objek

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat berkaitan dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavioral*). Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Kepercayaan, sikap dan perilaku juga terkait dengan konsep atribut produk. Sikap konsumen terdiri atas tiga komponen utama, yaitu :

1. Komponen kognitif terdiri atas pengetahuan dan persepsi yang didapat dari kombinasi pengalaman langsung dan informasi dari berbagai sumber.
2. Komponen afektif merupakan emosi atau perasaan tentang suatu produk atau merek.
3. Komponen konatif merupakan konsep sikap terkait dengan konsep keyakinan dan perilaku (*behavioral*) yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap (produk atau merek tertentu).¹⁴

Hasil

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah pasien pengguna jamu saintifik di BKTM Makassar dan Puskesmas Colomadu I Kabupaten Karanganyar. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, dan lama menggunakan jamu. Karakteristik berdasarkan umur menunjukkan bahwa responden di BKTM dan Puskesmas Colomadu I terbanyak adalah kategori umur 46-55 tahun (36,7%). Pendidikan terbanyak di BKTM

adalah tamat Perguruan Tinggi (PT) sebesar 60%, sedangkan di Puskesmas Colomadu I adalah tamat D1/D2/D3 yaitu sebesar 33,3%. Pekerjaan utama responden di BKTM dan Puskesmas Colomadu I sebagian besar adalah PNS/TNI/Polri/BUMN/BUMD. Rincian karakteristik pasien dijelaskan pada Tabel 1

Atribut Produk Jamu Sainifik

Data atribut jamu saintifik ada 14 macam atribut yang merupakan bagian dari ciri atau rupa (*feature*), manfaat (*benefit*), dan fungsi (*function*) jamu. Rincian atribut jamu yang dianalisis dijelaskan pada Tabel 2.

Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Jamu Sainifik

Evaluasi tingkat kepentingan diukur dengan menggunakan skala Likert dengan rentang 1 = tidak penting, 2 = kurang penting, 3 = penting, dan 4 = sangat penting. Hasil evaluasi tingkat kepentingan dapat menunjukkan atribut mana yang dinilai penting oleh pasien dalam menggunakan jamu. Semakin tinggi skor evaluasi suatu atribut maka semakin penting atribut tersebut menurut pasien.

Evaluasi tingkat kepercayaan juga diukur dengan menggunakan skala Likert dengan rentang 1 = tidak percaya, 2 = kurang percaya, 3 = percaya, dan 4 = sangat percaya. Hasil yang diperoleh pada skor kepercayaan dapat menunjukkan seberapa besar pasien mempercayai atribut yang terdapat pada produk tersebut. Semakin tinggi skor kepercayaan suatu atribut maka atribut tersebut semakin dipercaya oleh pasien. Perhitungan skor evaluasi tingkat kepentingan dan skor tingkat kepercayaan diperoleh dari rerata perkalian antara frekuensi dan skala Likert.

Analisis Tingkat Kepentingan (ei)

Hasil analisis tingkat kepentingan menunjukkan bahwa atribut informasi dosis pada jamu merupakan atribut yang paling penting dan diinginkan oleh pasien BKTM dengan skor tertinggi (3,70). Atribut penting lainnya di BKTM adalah mencantumkan kandungan alami jamu dengan skor (3,60), terdapat informasi aturan pakai skor (3,53) dan mutu jamu terstandar (3,53).

Atribut yang diinginkan dan dianggap penting oleh pasien Puskesmas Colomadu I adalah atribut manfaat jamu untuk kesehatan dan aman dikonsumsi untuk waktu yang lama dengan skor tertinggi (3,40). Atribut penting lainnya di Puskesmas Colomadu I adalah kualitas jamu

dengan skor (3,37), mempunyai kandungan alami (3,33) dan jamu dapat menggantikan obat medis (3,33). Hasil peringkat skor tingkat kepentingan yang disajikan pada Tabel 3.

Analisis Tingkat Kepercayaan (bi)

Hasil analisis tingkat kepercayaan menunjukkan bahwa atribut yang paling dipercaya oleh pasien BKTM dengan skor tertinggi (3,50) adalah manfaat jamu untuk kesehatan. Atribut jamu yang dipercaya lainnya di BKTM adalah mempunyai kandungan alami dengan skor (3,47), aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama (3,30) dan berkualitas/bermutu tinggi (3,30).

Atribut yang paling dipercaya oleh pasien Puskesmas Colomadu I adalah atribut kandungan alami dan bermanfaat bagi kesehatan dengan skor tertinggi (3,30). Atribut jamu lainnya yang dipercaya di Puskesmas Colomadu I adalah terdapat informasi aturan pakai (3,27), terdapat informasi dosis (3,23) dan aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama (3,20). Hasil skor evaluasi tingkat kepercayaan disajikan pada Tabel 4.

Analisis Sikap Pasien Pengguna Jamu Sainifik di BKTM

Analisis sikap pasien terhadap jamu saintifik diperoleh dari hasil perkalian skor evaluasi kepentingan (ei) dan skor kepercayaan (bi) yang sesuai untuk semua atribut jamu. Nilai sikap secara keseluruhan diperoleh dengan menjumlahkan nilai sikap dari semua atribut jamu.

Hasil analisis sikap pasien (Ao) BKTM secara keseluruhan adalah 148,36. Nilai ini dapat mengetahui skala penilaian sikap pasien pengguna jamu di BKTM terhadap atribut jamu saintifik. Kategori sikap pasien dapat diketahui dengan menentukan skala interval yaitu menghitung skor maksimum dan skor minimum dari sikap. Skor maksimum merupakan hasil perkalian dari skor kepentingan, skor kepercayaan dan jumlah atribut, sehingga diperoleh skor maksimum adalah 224 (4x4x14). Skor minimum merupakan banyaknya atribut jamu, yaitu 14. Berdasarkan skala maksimum dan skala minimum diperoleh skala interval: $(224-14)/4 = 52,5$. Skala interval ini digunakan untuk membuat kategori sikap pasien sebagai berikut: 14-66,5 = Tidak baik; 66,6-119,1 = Kurang baik; 119,2-171,7 = Baik; 171,8-224,3 = Sangat Baik. Hasil analisis secara lengkap dari sikap multiatribut Fishbein terhadap jamu di BKTM disajikan pada Tabel 5.

Tabel 1. Karakteristik Responden di BKTM dan Puskesmas Colomadu I Tahun 2015

Kategori	BKTM		Puskesmas Colomadu I	
Jenis Kelamin	N	(%)	N	(%)
Laki-laki	15	50	6	20
Perempuan	15	50	24	80
Kategori Umur				
26 – 35	1	3,3	4	13,3
36 – 45	5	16,7	10	33,3
46 – 55	11	36,7	11	36,7
56 – 65	7	23,3	3	10
66 – 75	6	20	2	6,7
Pendidikan				
Tidak pernah sekolah	0	0	0	0
Tidak tamat SD/ MI	0	0	2	6,7
Tamat SD/ MI	1	3,3	0	0
Tamat SLTP/ MTS	1	3,3	1	3,3
Tamat SLTA / MA	5	16,7	9	30
Tamat D1/D2/D3	5	16,7	10	33,3
Tamat PT	18	60	8	26,7
Menggunakan jamu				
< 3 bulan	3	10	7	23,3
3 - 6 bulan	6	20	8	26,7
6 bulan - 1 tahun	10	33,3	4	13,3
> 1 tahun	11	36,7	11	36,7

Tabel 2. Atribut Jamu Sainifik

No.	Atribut Jamu	Dimensi
1.	Terdapat informasi aturan pakai	Ciri atau rupa (<i>Features</i>)
2.	Terdapat informasi aturan dosis	
3.	Kandungan alami	
4.	Kemasan menarik	
5.	Mempunyai citra/image yang baik.	
6.	Harga murah	Manfaat (<i>Benefit</i>)
7.	Mutu terstandar	
8.	Rasa enak	
9.	Sediaan mudah dikonsumsi	
10.	Aman dikonsumsi jangka panjang	
11.	Mempunyai manfaat bagi kesehatan	Fungsi (<i>Function</i>)
12.	Berkualitas/bermutu tinggi	
13.	Dapat menggantikan obat medis	
14.	Dapat menyembuhkan dengan cepat	

Tabel 3. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan (ei) Pasien Pengguna Jamu Sainifik di BKTM Makassar dan Puskesmas Colomadu I Kabupaten Karanganyar Tahun 2015

No	Atribut	skor (ei) BKTM	Atribut	skor (ei) Colomadu I
1.	Terdapat informasi dosis	3,70	Bermanfaat bagi kesehatan	3,40
2.	Kandungan alami	3,60	Aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama	3,40
3.	Terdapat informasi aturan pakai	3,53	Kandungan alami	3,33
4.	Mutu terstandar (sama untuk semua jamu)	3,53	Berkualitas/bermutu tinggi	3,37
5.	Aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama	3,50	Dapat menggantikan obat medis	3,33
6.	Berkualitas/bermutu tinggi	3,50	Terdapat informasi aturan pakai	3,30
7.	Sediaan mudah dikonsumsi	3,37	Terdapat informasi dosis	3,30
8.	Mempunyai image/citra yang baik	3,30	Mempunyai image/citra yang baik	3,20
9.	Bermanfaat bagi kesehatan	3,30	Harga murah/terjangkau	3,17
10.	Harga murah/terjangkau	3,20	Sediaan mudah dikonsumsi	3,17
11.	Dapat menyembuhkan dengan cepat	3,20	Mutu terstandar (sama untuk semua jamu)	3,13
12.	Dapat menggantikan obat medis	3,17	Dapat menyembuhkan dengan cepat	3,03
13.	Rasa enak	3,03	Desain dan kemasan menarik	3,00
14.	Desain dan kemasan menarik	2,93	Rasa enak	2,67

Tabel 4. Hasil Analisis Tingkat Kepercayaan (bi) Pasien Penggunaan Jamu Sainifik di BKTM Makassar dan Puskesmas Colomadu I Kabupaten Karanganyar Tahun 2015

No	Atribut	skor (bi)	Atribut	skor (bi)
		BKTM		Colomadu I
1.	Bermanfaat bagi kesehatan	3,50	Mencantumkan kandungan alami	3,30
2.	Mencantumkan kandungan alami	3,47	Bermanfaat bagi kesehatan	3,30
3.	Aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama	3,30	Terdapat informasi aturan pakai	3,27
4.	Berkualitas/bermutu tinggi	3,30	Terdapat informasi dosis	3,23
5.	Terdapat informasi aturan pakai	3,27	Aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama	3,20
6.	Terdapat informasi dosis	3,20	Mempunyai <i>image/citra</i> yang baik	3,13
7.	Harga murah/terjangkau	3,17	Harga murah/terjangkau	3,07
8.	Mutu terstandar (sama untuk semua jamu)	3,13	Dapat menggantikan obat medis	3,07
9.	Dapat menggantikan obat medis	3,13	Berkualitas/bermutu tinggi	3,00
10.	Mempunyai <i>image/citra</i> yang baik	3,07	Sediaan mudah dikonsumsi	2,93
11.	Sediaan mudah dikonsumsi	3,07	Desain dan kemasan menarik	2,87
12.	Desain dan kemasan menarik	3,00	Mutu terstandar (sama untuk semua jamu)	2,87
13.	Dapat menyembuhkan dengan cepat	2,87	Dapat menyembuhkan dengan cepat	2,77
14.	Rasa enak	2,73	Rasa enak	2,47

Tabel 5. Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Pasien Pengguna Jamu Sainifik di BKTM Tahun 2015

No	Atribut	Skor		
		Kepentingan (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap Ao(eixbi)
1.	Mencantumkan kandungan alami	3,60	3,47	12,49
2.	Terdapat informasi dosis	3,70	3,20	11,84
3.	Aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama	3,50	3,30	11,55
4.	Berkualitas/bermutu tinggi	3,50	3,30	11,55
5.	Bermanfaat bagi kesehatan	3,30	3,50	11,55
6.	Terdapat informasi aturan pakai	3,53	3,27	11,54
7.	Mutu terstandar (sama untuk semua jamu)	3,53	3,13	11,05
8.	Sediaan mudah dikonsumsi	3,37	3,07	10,35
9.	Harga murah/terjangkau	3,20	3,17	10,14
10.	Mempunyai <i>image/citra</i> yang baik	3,30	3,07	10,13
11.	Dapat menggantikan obat medis	3,17	3,13	9,92
12.	Dapat menyembuhkan dengan cepat	3,20	2,87	9,18
13.	Desain dan kemasan menarik	2,93	3,00	8,79
14.	Rasa enak	3,03	2,73	8,27
Σ (eixbi)				148,36

Tabel 6. Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Pasien Pengguna Jamu Sainifik di Puskesmas Colomadu I Tahun 2015

No	Atribut	Skor		
		Kepentingan (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap Ao(eixbi)
1.	Bermanfaat bagi kesehatan	3,4	3,3	11,22
2.	Kandungan alami	3,33	3,3	10,99
3.	Aman dikonsumsi untuk jangka waktu lama	3,4	3,2	10,88
4.	Terdapat informasi aturan pakai	3,3	3,27	10,79
5.	Terdapat informasi dosis	3,3	3,23	10,66
6.	Dapat menggantikan obat medis	3,33	3,07	10,22
7.	Berkualitas/bermutu tinggi	3,37	3	10,11
8.	Mempunyai <i>image/citra</i> yang baik	3,2	3,13	10,02
9.	Harga murah/terjangkau	3,17	3,07	9,73
10.	Sediaan mudah dikonsumsi	3,17	2,93	9,29
11.	Mutu terstandar (sama untuk semua jamu)	3,13	2,87	8,98
12.	Desain dan kemasan menarik	3	2,87	8,61
13.	Dapat menyembuhkan dengan cepat	3,03	2,77	8,39
14.	Rasa enak	2,67	2,47	6,59
Σ (eixbi)				136,49

Analisis Sikap Pasien Pengguna Jamu Sainifik di Puskesmas Colomadu I

Hasil analisis sikap pasien (Ao) di Puskesmas Colomadu I secara keseluruhan adalah 136,49. Nilai ini dapat mengetahui skala penilaian sikap pasien pengguna jamu di Puskesmas Colomadu I terhadap atribut jamu. Kategori sikap pasien dapat diketahui dengan menentukan skala interval yaitu menghitung skor maksimum dan skor minimum dari sikap. Skor maksimum, skor minimum dan skala interval sama dengan perhitungan sikap pasien di BKTM, sehingga kategori sikap yang diperoleh juga sama. Hasil analisis secara lengkap dari sikap multiatribut Fishbein terhadap jamu di Puskesmas Colomadu I disajikan pada Tabel 6.

Pembahasan

Karakteristik Responden

Data karakteristik menunjukkan bahwa pengguna jamu saintifik terbanyak adalah usia pralansia (usia 46-55 tahun) karena pada usia ini penyakit degeneratif mulai muncul. Hasil tabel karakteristik diketahui pendidikan responden pengguna jamu saintifik adalah tingkat Diploma ke atas, hal ini menunjukkan bahwa konsumen jamu mempunyai pendidikan tinggi. Sebagian besar responden telah menggunakan jamu lebih dari satu tahun. Hal ini merupakan modal dasar yang sangat baik bagi jamu saintifik untuk menghadapi pesaing baik yang sekarang maupun yang akan muncul. Jenis kelamin di BKTM mempunyai persentase yang sama antara laki-laki dan perempuan, masing-masing 50%, sedangkan di Puskesmas Colomadu I jenis kelamin perempuan lebih tinggi daripada laki-laki yaitu 80% dan 20%. Hasil ini hampir tidak berbeda dengan penelitian Novitasari¹¹ mayoritas responden jamu tradisional serbuk instan dan rebusan di pasar tradisional Sukoharjo adalah berjenis kelamin perempuan, pada kelompok umur 50-54 tahun dan tingkat pendidikan adalah SD. Perbedaan hasil penelitian antara lain jamu saintifikasi tersedia di Puskesmas atau klinik yang merupakan jejaring dari B2P2TOOT sehingga masyarakat yang mempunyai

pendidikan tinggi percaya akan manfaat dan mutunya. Lokasi penelitian Novitasari¹¹ adalah pasar tradisional dimana jamu yang disediakan adalah jamu yang dijual bebas.

Atribut Produk Jamu Sainifik

Atribut produk adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dari dasar produk atau jasa dan digunakan sebagai pengembangan suatu produk atau jasa dengan melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.¹² Selain itu, atribut merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan, seperti merek, kemasan, jaminan, pelayanan, dan sebagainya.¹³ Dapat dikatakan atribut produk adalah karakteristik dari produk atau jasa secara keseluruhan.¹⁴

Menurut Kotler¹² pengembangan produk dan jasa memerlukan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan. Manfaat tersebut kemudian dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut-atribut seperti:

1. Kualitas produk, adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya; kemampuan meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, kemudahan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.
2. Fitur produk, adalah alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya.
3. Gaya dan desain produk, gaya semata-mata menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain bukan sekedar tampilan tetapi masuk ke dalam jantung produk.

Keunikan suatu produk dapat dengan mudah menarik perhatian konsumen, keunikan ini terlihat dari atribut yang dimiliki oleh suatu produk. Atribut produk terdiri atas tiga jenis, yaitu ciri-ciri atau rupa (*features*), fungsi (*function*), dan manfaat (*benefit*). Ciri-ciri dapat berupa ukuran, komponen atau bagiannya, bahan dasar, proses manufaktur, servis atau jasa, penampilan harga, susunan, maupun merek dagang (*trademark*), dan lain-lain. Sementara manfaat dapat berupa

kegunaan, kesenangan yang berhubungan dengan indera, manfaat non material, manfaat langsung maupun tidak langsung. Sedangkan atribut fungsi biasa digunakan sebagai ciri atau manfaat dari penggunaan suatu produk.¹⁵

Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Jamu Sainifik

Analisis atribut jamu yang mempengaruhi pasien pengguna jamu digunakan model analisis Fishbein. Model ini mengemukakan bahwa sikap terhadap objek tertentu didasarkan pada perangkat kepercayaan yang diringkas mengenai atribut objek yang bersangkutan. Sikap pasien (Ao) terhadap atribut jamu dapat diketahui dari penilaian pasien dalam bentuk skor evaluasi kepentingan (ei) dan skor kepercayaan (bi).

Hasil peringkat skor tingkat kepentingan yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa rasa jamu, desain, dan kemasan dianggap tidak penting oleh pasien di BKTM maupun Puskesmas Colomadu I karena mempunyai skor terendah. Hasil peringkat skor tingkat kepercayaan yang disajikan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa rasa jamu enak dan dapat menyembuhkan dengan cepat adalah atribut jamu yang paling kurang dipercaya oleh pasien di BKTM maupun Puskesmas Colomadu I karena mempunyai skor terendah.

Berdasarkan kategori sikap dapat diketahui bahwa sikap pasien di BKTM terhadap jamu yang mempunyai nilai 148,36 berada dalam interval (119,2-171,7) artinya sikap dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasien pengguna jamu di BKTM menilai jamu itu baik, diantaranya kandungan alami, terdapat informasi dosis, dan aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama. Hal yang sama terjadi pada sikap pasien di Puskesmas Colomadu I terhadap jamu yang mempunyai nilai 136,49 artinya sikap adalah baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasien pengguna jamu di Puskesmas Colomadu I menilai obat tradisional itu baik, diantaranya bermanfaat bagi kesehatan, kandungan alami, dan aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama.

Hasil temuan di atas sama dengan hasil penelitian Novitasari yaitu analisis tingkat kepentingan atribut produk jamu tradisional serbuk instan dan rebusan, atribut yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian adalah keamanan produk, batas waktu penggunaan, komposisi jamu, khasiat, informasi pemakaian, kemasan, dan kepraktisan. Berdasarkan analisis masing-masing atribut menurut sifat ideal, atribut jamu tradisional serbuk instan yang memenuhi ideal adalah komposisi jamu, batas waktu penggunaan, keamanan produk, kepraktisan, kemasan, dan informasi pemakaian. Hasil penelitian sikap konsumen terhadap jamu tradisional serbuk instan adalah sangat baik, sedangkan jamu tradisional rebusan adalah baik.¹¹

Penelitian analisis sikap multiatribut Fishbein obat herbal “X” yang dilakukan oleh Puspita¹ menyebutkan atribut yang dianggap paling penting oleh responden adalah atribut kualitas dari sisi kemampuan khasiat obat (*performance*) dengan nilai 1,75, sedangkan nilai evaluasi terendah adalah atribut layanan pelengkap dari sisi konsultasi gratis (*consult*) dengan nilai 0,1. Total nilai sikap konsumen (Ao) sebesar 9,35. Sikap yang dianggap paling baik oleh konsumen adalah sikap mengenai atribut harga dari sisi harga murah (*pricing*) dengan nilai 2,71, sedangkan nilai sikap terendah adalah sikap mengenai atribut layanan pendukung dari sisi konsultasi gratis (*consult*) dengan nilai 0.

Hasil penelitian Mandalina¹⁷ menyatakan analisis sikap konsumen terhadap jamu pegal linu merek “X” di kota Semarang menyatakan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap atribut jamu pegal linu walaupun belum optimal. Atribut yang dominan adalah atribut ketersediaan, mutu, keamanan, harga, dan kemasan. Hasil penelitian Ahmad¹⁸ sebagian besar pasien saintifikasi jamu di Klinik Hortus Medicus Tawangmangu lebih menyukai sediaan jamu rebusan daripada kapsul karena jamu rebusan khasiatnya dirasakan lebih cepat dibanding sediaan kapsul.

Kesimpulan

Jamu saintifik dianggap penting dan dipercaya oleh konsumen pengguna jamu di BKTM dan Puskesmas Colomadu I. Total nilai sikap konsumen (Ao) adalah 148,36 di BKTM dan 136,49 di Colomadu I yang mempunyai arti baik. Sikap yang dianggap paling baik oleh pasien BKTM adalah kandungan alami (12,49) sedangkan di Puskesmas Colomadu I bermanfaat bagi kesehatan (11,22).

Saran

Badan Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Kesehatan selaku pencetus saintifikasi jamu perlu menindaklanjuti temuan ini serta meningkatkan penelitian dan sosialisasi jamu di pelayanan kesehatan dasar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan Humaniora dan Manajemen Kesehatan, Badan Litbang Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI; Kepala B2P2TOOT Badan Litbang Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI; Kepala BKTM Makasar; Kepala Puskesmas dan Dokter Puskesmas Colomadu I Kabupaten Karanganyar; Dinas Kesehatan Kabupaten Karanganyar Bidang Pelayanan dan Farmasi; para responden dan semua pihak yang telah membantu penelitian ini.

Daftar Pustaka

1. Puspita W, Nugrahani RA. Analisis sikap multiatribut Fishbein mengenai atribut obat herbal merek Tolak Angin Sido Muncul di Kota Bandung. *Jurnal Sositoknologi*. 2014;13(1):15-24.
2. Suharmiati, Handayani L, Maryani H. Model pembinaan pengecer obat tradisional terkait dengan penyalahgunaan Bahan Kimia Berkhasiat Obat (BKO) (Studi kasus di dua kota Provinsi Jawa Tengah dan dua Kota/Kab. Provinsi Jawa Timur). Laporan Penelitian. Surabaya: P4TK; 2004.
3. Muslimin L, Wicaksana B, Setiyawan B, Subekti NA, Sukesni H, Surachman H, et al. Kajian potensi pengembangan pasar jamu. Laporan Penelitian. Jakarta: Puslitbang

- Perdagangan Dalam Negeri, Badan Litbang Perdagangan, Kementerian Perdagangan; 2012.
4. Kristiana L, Andarwati P, Agustiya RI, Nuraini S, Handayani S, Fitrianti Y. Kajian iklan Sarana Pengobatan Tradisional (SPT) di koran dan televisi (Studi pada pasien pengguna sarana pengobatan penelitian). Laporan Penelitian. Surabaya: PHKKPM; 2012.
5. Kementerian Kesehatan RI. Mengenal pelayanan kesehatan tradisional di Indonesia. [Internet]. Diakses tanggal 6 Februari 2014. Tersedia di: <http://www.gizikia.depkes.go.id>; 2011.
6. Kementerian Kesehatan RI. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 103 tahun 2014 tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI; 2014.
7. Kementerian Kesehatan RI. Permenkes RI Nomor 003/Menkes/Per/2010 tentang Saintifikasi Jamu dalam Penelitian Berbasis Pelayanan Kesehatan. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI; 2010.
8. Kementerian Kesehatan RI. Kinerja program saintifikasi jamu. Jakarta: Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional (B2P2TOOT), Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan; 2013.
9. Notoatmodjo, S. Promosi kesehatan dan ilmu perilaku. Jakarta: Rineka Cipta; 2007.
10. Kementerian Kesehatan RI. Riset Kesehatan Dasar 2013. Jakarta: Badan Penelitian dan
11. Pengembangan Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI; 2013.
12. Novitasari Y. Sikap konsumen jamu tradisional pada pasar tradisional di Kabupaten Sukoharjo Surakarta. [skripsi]. Surakarta: Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Sebelas Maret; 2012. Diakses tanggal 16 Februari 2016. Tersedia di: www.dglib.uns.ac.id.
13. Kotler P, Gary A. Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid I, Edisi 12. Jakarta: Airlangga; 2008.
14. Tjiptono F. Strategi pemasaran, Edisi 3. Yogyakarta: Andi; 2010.
15. Sumarwan U. Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia; 2011.
16. Kotler P, Keller KL. Manajemen pemasaran, Jilid I, Edisi 13. Jakarta: Airlangga; 2009.
17. Umar H. Riset pemasaran dan perilaku konsumen. Jakarta: PT SUN; 2005.

18. Mandalina. Analisis sikap konsumen terhadap jamu pegel linu merek Sido Muncul di Kota Semarang. [Tesis]. Semarang : Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang; 2001.
19. Ahmad FA. Analisis penggunaan jamu untuk pengobatan pada pasien di klinik saintifikasi jamu Hortus Medicus Tawangmangu tahun 2012. [Tesis]. Jakarta : Fakultas Kesehatan Masyarakat, Program Sarjana Ilmu Kesehatan Masyarakat Depok, Universitas Indonesia; 2012.