

BAB II PROFESI JAMU GENDONG DI ERA MILENIAL

II.1 Profesi Jamu Gendong

II.1.1 Profesi

Profesi adalah sebuah norma khusus dari peran khusus masyarakat dibangun oleh suatu kumpulan atau set pekerjaan (Schein, 1962). Profesi ada berbagai bidang. Contohnya: bidang pendidikan, bidang militer, bidang kesehatan, bidang pertanian dan sebagainya. Jamu gendong sendiri termasuk dalam bidang kesehatan karena berhubungan dengan obat tradisional.

II.1.2 Milenial

Generasi yang lahir pada tahun 1980 – 2000 disebut milenial (Mannheim dalam Badan Pusat Statistik, 2018). Sebelum adanya generasi milenial ada juga generasi lain yang telah dikelompokkan oleh para peneliti dunia. Hasil pengelompokan yang dilakukan oleh beberapa peneliti mengenai semua generasi adalah sebagai berikut:

Tabel II.1 Pengelompokan Generasi Berbagai Peneliti.
Sumber: Buku Profil Generasi Milenial (20 Juni 2020)

Sumber	Label				
Tapscott (1988)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13 th Generation (1961-1981)	Millineal Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-2000)	-
Lancaster & Stillman (2000)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers	Generation Y	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generations X (1965-1977)	Millinials (9181-1999)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Maataures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millinials (1955-present)

Para peneliti masing-masing memiliki data rentang kelahiran yang tidak sama, meskipun begitu setiap generasi dapat dilihat lebih spesifik angka tahun kelahirannya. Setelah mengenal kata milenial yang dikemukakan pertama kali oleh William Strauss dan Neil, ada beberapa kata juga yang sering disebut sebagai

generasi milenial yaitu *digital generation*, *nexters*, generasi Y dan *netgen* istilah tersebut dihasilkan dari para peneliti. Jika dilihat penambahan generasi terjadi setelah generasi milenial atau generasi Y. Hal tersebut dapat ditinjau dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Benesik, Csikos, dan Juhes (2016) sebagai berikut:

Tabel II.2 Penambahan generasi setelah milenial
Sumber: Buku Profil Generasi Milenial (20 Juni 2020)

Tahun kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Veteran Generation
1946-1960	Baby boom Generation
1960-1980	X Generation
1980-1995	Y Generation
1995-2010	Z Generation
2010 +	Alfa Generation

Sebelum generasi milenial ada generasi veteran disebut sebagai generasi tertua yang hidup pada saat perang dunia II, lalu ada generasi *babby boom* yang lahir setelah perang dunia II, selanjutnya generasi X yang hidup antara generasi milenial dan *babby boom*. Setelah generasi milenial ada generasi Z yang telah mengalami dampak dari kemajuan teknologi dan terakhir ada generasi alfa yang sudah mengetahui seluk beluk teknologi digital serta telah mahir mengoperasikannya sejak dini. Dari berbagai rangkuman kajian para peneliti pada buku profil generasi milenial didapat angka tahun kelahiran yang menjawab siapakah generasi milenial:

Tabel II.3 Rekap Generasi Milenial Menurut Tahun Kelahiran dari berbagai peneliti
Sumber: Buku Profil Generasi Milenial (20 Juni 2020)

Peneliti	Tahun Kelahiran										
	1976	1978	1980	1981	1982	1985	1990	1995	1999	2000	2001
Tapscott (1998)											
Martin & Tulgan (2002)											
Zemke et al (2000)											
Bencsik, Csikos, juhez (2016)											
Darlene E Stafford and H. S. Griffis											
Milenial gen review NCF											
Sezin Baysal											
Oblinger (2005)											
Lancaster & Stillman (2002)											
Howe & Strauss (2000)											
Peneliti sosial (sindonews)											
US Cencus Berau											
Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi (2017)											

Kesimpulan :
Generasi Y adalah Penduduk yang lahir pada tahun 1980-2000

Dari hasil diatas, diperoleh bahwa milenial adalah orang yang lahir antara tahun 1980 sampai tahun 2000. Kemunculan milenial dapat diperhatikan dengan kemunculan teknologi *digital* atau digitalisasi. Digitalisasi adalah sebuah konsep yang mengubah sistem manual menjadi otomatis dari sebuah hal yang rumit menjadi lebih sederhana (Rustam, 2016, h.44). Digitalisasi ini membawa dampak besar bagi milenial menjadikannya kreatif, produktif, informatif dan memiliki *passion*. Generasi ini lebih akrab dengan teknologi serta menjadikannya sebagai segala hal yang wajib ada dalam menjalani aktivitas kehidupannya. Dapat dibuktikan melalui ponsel pintar yang hampir seluruh individu memilikinya. Ponsel pintar menjadikan milenial menjadi lebih terbuka dalam komunikasi, memiliki pandangan terbuka terhadap ekonomi, bisnis, politik dan fanatik dalam media sosial. Sehingga ketika terjadi perubahan lingkungan generasi ini sangat proaktif.

Dalam bidang ekonomi, generasi milenial memiliki banyak peluang serta inovasi yang sangat luas. Salah satunya yaitu bisnis daring atau *e-commerce* yang sangat membuka banyak lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Indonesia. Dari segi pendidikan, generasi milenial memiliki minat yang besar dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sehingga menghasilkan kualitas yang unggul. Jika dilihat dari pola pikir milenial memiliki pemikiran yang sangat terbuka, menginginkan kebebasan, pemberani dan lebih kritis. (Profil Generasi Milenial Indonesia, 2018).

II.1.3 Konsep Budaya

Kebudayaan merupakan semua sistem tentang gagasan, tindakan aturan serta karya yang dibentuk oleh sekelompok orang dalam kehidupan sosialnya (Koentjaraningrat, 2005). Pengalaman, pengetahuan dan tindakan dalam mengambil keputusan yang diterapkan dalam kehidupan sehari – hari merupakan hasil dari sebuah bentuk kebudayaan (Spradley, 2007). Kebudayaan dipengaruhi oleh lingkungan sehingga dapat dikatakan bahwa budaya desa dan kota berbeda. Teknologi juga merupakan salah satu unsur yang dapat mengubah budaya pada masyarakat. Proses distribusi produk yang kian cepat membuat sebuah perilaku konsumtif pada masyarakat. Sehingga, mengakibatkan masyarakat membeli sebuah

produk yang sebenarnya secara fungsional telah dimiliki. Ketika keluar produk yang sama tapi dengan model terbaru masyarakat menjadi berkeinginan membeli juga dengan alasan agar tidak ketinggalan (Kurniawan, 2011, h.44). Penjual jamu gendong harus mampu beradaptasi menghadapi perubahan budaya yang terjadi di setiap lingkungan.

II.1.4 Strategi Adaptasi

Kapasitas seseorang untuk menerapkan berbagai strategi untuk menaklukkan masalah yang terjadi dalam hidupnya (Suharto, 2009, h.29). Strategi adaptasi dipercaya paling tepat serta menguntungkan dalam menghadapi perubahan lingkungan sehingga seorang individu dapat memperoleh taraf hidup yang sejahtera dan mapan. Strategi ini bukan hanya berdasar pada tingkat perekonomian masyarakat saja, tetapi terpengaruh juga oleh politik, sosial dan keyakinan juga dari latar belakang pendidikan masyarakat. Strategi adaptasi merupakan cara dalam mewujudkan kondisi kehidupan yang mapan, sejahtera dan strategi adaptasi terbentuk dalam mata pencaharian seperti seorang penjual jamu gendong. Tekanan dan guncangan perekonomian dapat diatasi dengan strategi bertahan hidup yang dikategorikan menjadi 3 jenis, yaitu:

- Strategi aktif adalah strategi yang memaksimalkan seluruh potensi dalam keluarga atas apa yang bisa menjadi penghasilannya, (contohnya menambah jam kerja, memanfaatkan tumbuhan liar dilingkungannya dan sebagainya).
- Strategi pasif adalah mengurangi atau meminimalkan pengeluaran dalam keluarga (contohnya untuk keperluan pakaian, makanan, sekolah dan sebagainya).
- Strategi jaringan adalah membangun relasi dengan siapa pun dalam lingkungan sosialnya dan kelembagaannya (contohnya mencari program kemiskinan mencari pinjaman uang tetangga, mengutang di warung, meminjam uang ke bank dan sebagainya) (Suharto, 2009).

Dalam proses adaptasi juga diperlukan batasan, batasan adaptasi dari sisi sosial, yaitu:

- Proses memecahkan masalah - masalah dari lingkungan
- Penyesuaian terhadap aturan sebagai penyalur ketegangan
- Perubahan disesuaikan dengan kondisi selama proses perubahan
- Penciptaan kondisi diubah agar sesuai
- Berbagai sumber yang terbatas dimanfaatkan sebagai kepentingan lingkungan dan sistem
- Seleksi ilmiah menghasilkan budaya dan berbagai aspek lainnya disesuaikan (Soekanto dalam Rabanta, 2009).

Dapat disimpulkan dari batasan tersebut bahwa seseorang yang berprofesi sebagai penjual jamu gendong yang konon ada di kota – kota dapat beradaptasi dengan aturan - aturan serta perubahan dengan tujuan mempertahankan kelangsungan hidup maupun meningkatkan perekonomian.

II.1.5 Migrasi

Berpindahnya suatu penduduk dari tempat lama ke tempat baru atau sering disebut migrasi atau istilah lainnya merantau. Berdasarkan sifatnya bisa menetap selamanya (permanen) atau dalam jangka waktu tertentu. Faktor yang mendorong merantau terkait dengan masalah perekonomian, pendidikan, sosial maupun budaya pada wilayah tertentu. Tujuannya adalah sebagai perbaikan taraf hidup yang sebelumnya dirasa belum baik (Rutman, 1970). Begitu pula dengan penjual jamu gendong, rata-rata pernah mengalami atau sedang mengalami merantau. Hal itu sangat membantu dalam meningkatkan perekonomiannya namun juga tinggi risikonya. Risiko yang harus dihadapi penjual jamu gendong ketika merantau pertama bisa jauh dari anak, biaya hidup tinggi, berjuang sendiri dan sebagainya.

II.1.6 Relasi

Banyak cara yang dilakukan migran untuk mengembangkan dan mempertahankan kehidupannya di kota. Salah satu strategi cara yang digunakan adalah memanfaatkan relasi atau kenalan – kenalan yang sudah terjalin dari satu orang ke yang lainnya baik sesama perantau maupun orang baru di kota. Dari relasi tersebut bisa dimanfaatkan perantau dalam menghadapi kesulitan yang berada di kota (Budianto, 2014). Penjual jamu gendong juga menerapkan strategi relasi dengan

tetap menjalin komunikasi dan hubungan yang baik dengan para pelanggannya. Seperti pada umumnya yang dilakukan para ibu rumah tangga yaitu berkumpul mengobrol atau dalam istilah jawa disebut *jagongan*, para penjual jamu juga melakukan pendekatan melalui cara ini.

II.1.7 Jamu

Jamu di Indonesia yaitu salah satu jenis obat tradisional dari tumbuhan yang diracik menggunakan bahan – bahan alam berkhasiat menjaga kebugaran tubuh, mencegah penyakit dan mengobati penyakit ringan seperti flu, batuk, encok dan lain sebagainya. Jamu disebut juga obat rumahan karena berasal dari bahan dapur seperti kunyit, jahe, kencur, rimpang, lengkuas, sambiloto dan tanaman lainnya. Jamu sebagai salah satu kekayaan kearifan lokal dijaga kelestariannya seperti di lingkungan keraton. Dalam perkembangan teknologi jamu sudah berevolusi dalam segi bentuknya menjadi bentuk bubuk, kapsul dan minuman instan. Penggunaan jamu tradisional bukan hanya sebagai obat saja melainkan nenek moyang mengupayakan bahan alam yang digunakan mendorong penanaman kembali sumber bahan. Selain diolah di rumah atau lingkungan keraton, jamu juga pada beberapa daerah dijual dengan cara berkeliling biasa disebut jamu gendong (Army, 2018).

II.1.8 Jamu Gendong

Berdasarkan uraian sebelumnya, jamu gendong dijual dengan cara berkeliling oleh seorang perempuan berbusana *jarik* dan batik. Perempuan yang menjual jamu gendong ada dari dua kalangan. Gadis dan perempuan lanjut usia yang masih kuat menggendong jamu. Sebenarnya, dahulu tidak hanya jamu yang digendong ketika menjualnya, penjual nasi pecel, nasi kuning, aneka jajanan dan lainnya umumnya dijual dengan digendong. Filosofi menggendong identik dengan seorang ibu yang membuai bayinya dalam gendongan. Oleh sebab itu, perempuan Jawa yang menggendong barang dagangan memersepsikannya sebagai anaknya sendiri. Sebagai sarana mencari rezeki, harus dibawa, ditawarkan dan disajikan dengan baik (Sukini, 2018).

II.1.8.1 Bahan – Bahan Jamu Gendong

Dalam proses pembuatannya jamu gendong dibuat dengan bahan – bahan alam yang segar dan kering. Diantara bahan – bahan yang beragam khasiatnya, ada tujuh bahan dasar yang wajib digunakan oleh para penjual jamu gendong. Adapun bahan dasar mengolah jamu gendong serta manfaatnya yaitu: kencur, bratawali, kunyit, kedawung, kayu manis, jahe, cengkih dan kapulaga (Sukini, 2018). Manfaat kandungan dari 8 bahan dasar tersebut untuk memberikan cita rasa pada jamu dan membuat jamu bersifat ramah pada pencernaan agar aman tidak sakit perut pada saat dikonsumsi sebelum makan. Adapun manfaat dari beberapa bahan dasar jamu gendong antara lain:

- **Kencur** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bagian rimpangnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi jamu beras kencur yang berkhasiat mengatasi sakit perut, maag, batuk, diare, menghilangkan darah kotor dan masuk angin.



Gambar II.1 Kencur

Sumber: <https://img-k.okeinfo.net/content/2017/08/24/481/1762219/ingin-hilangkan-stres-kencur-solusinya-simak-juga-manfaatnya-lainnya-Lt5RBJWsNR.jpg> (6 April 2020)

- **Kunyit** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bagian rimpangnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi jamu kunyit asam yang berkhasiat mengatasi sakit perut, bisul, luka, membersihkan darah dan menurunkan kadar lemak tubuh.



Gambar II.2 Kunyit

Sumber: https://awsimages.detik.net.id/community/media/visual/2019/03/14/ce4ee2dc-fdaf-4414-9dd2-e600e832c921_43.jpeg?w=700&q=90 (6 April 2020)

- **Cengkih** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bagian bunga dan daun. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu yang berkhasiat mengatasi campak, mual, flu, sinusitis, batuk, kolera dan sakit gigi.



Gambar II.3 Cengkih

Sumber: https://asset-a.grid.id/crop/0x0:0x0/750x500/photo/intisarifoto/original/4326_inilah-10-manfaat-cengkih-bagi-kesehatan-2.jpg (6 April 2020)

- **Kedawung** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bijinya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu beras kencur, pahitan, uyup – uyup, cabai puyang yang berkhasiat mengatasi sakit haid, penguat lambung, kolik dan kolera.



Gambar II.4 Kedawung

Sumber: https://ecs7.tokopedia.net/img/cache/700/product-1/2019/5/16/334500755/334500755_c691a460-bf0e-42f8-9bee-8f2c6327946f_1560_1560.jpg (6 April 2020)

- **Jahe** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bagian rimpangnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi *wedhang jahe* yang berkhasiat mengatasi rambut rontok, mencegah ketombe, meredakan nyeri dan peradangan.



Gambar II.5 Jahe

Sumber: https://cdn-asset.jawapos.com/wp-content/uploads/2019/01/3-fakta-hebat-seputar-khasiat-jahe-untuk-kontrol-gula-darah_m_-640x447.jpg (6 April 2020)

- **Kayu manis** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bagian kulitnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu yang berkhasiat mengatasi perut kembung, jantung dan radang sendi.



Gambar II.6 Kayu Manis

Sumber: <https://helohehat.com/wp-content/uploads/2017/07/konsumsi-kayu-manis.jpg> (6 April 2020)

- **Kapulaga** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan bagian bijinya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu yang berkhasiat mengatasi bau mulut, sesak napas, mencegah tulang keropos.



Gambar II.7 Kapulaga

Sumber: https://cdn-cas.orami.co.id/parenting/images/manfaat_kesehatan_kapulaga-1.width-800.jpg (6 April 2020)

- **Temulawak** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan rimpangnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu yang berkhasiat mengatasi maag, sakit haid, melancarkan air susu ibu, melancarkan buang air besar, meredakan sakit kepala dan meredakan masuk angin.



Gambar II.8 Temulawak

Sumber: <https://hellosehat.com/wp-content/uploads/2017/03/6-Manfaat-Kunyit-Untuk-Pencernaan-Dan-Kesehatan-802x452.jpg> (6 April 2020)

- **Adas** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan buahnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu yang berkhasiat mengatasi mulas, ambeien, batuk, kembung dan diare.



Gambar II.9 Adas

Sumber: https://ecs7.tokopedia.net/img/cache/700/product-1/2019/3/13/169821233/169821233_b57140d8-2d64-4634-b62f-80bac1f77ba6_840_840.jpg (6 April 2020)

- **Sirih** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan daunnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi campuran jamu yang

berkhasiat mengatasi luka bakar, eksem, mimisan, batuk, sakit gigi dan membersihkan mata.



Gambar II.10 Sirih

Sumber: https://cdn.idntimes.com/content-images/post/20170607/daun-sirih-wwwricekitchencomau-86c1c840a11f77a00b8d8f15185f0f37_600x400.jpg (6 April 2020)

- **Cabai Jawa** merupakan salah satu tanaman obat herbal yang dimanfaatkan buahnya. Biasanya penjual jamu gendong meraciknya menjadi cabai jamu yang berkhasiat mengatasi masuk angin, beri – beri, sakit kepala, sesak napas dan bronkitis.



Gambar II.11 Cabai Jawa

Sumber: https://image.cermati.com/q_70,w_1200,h_800,c_fit/m9djpdxfoeoxoclmf1o (6 April 2020)

II.1.8.2 Peralatan Berjualan Jamu Gendong

Peralatan yang dibawa ketika menjual jamu gendong yaitu:

- *Bakul* gendongan sebagai tempat botol, jamu kemasan, uang
- Botol jamu sebagai tempat jamu siap minum: beras kencur, cabe puyang dan lain-lain
- Ember kecil sebagai tempat gelas dan air cucian gelas
- Termos sebagai tempat air panas untuk melarutkan jamu kemasan
- Jamu kemasan umumnya ditaruh paling atas pada *bakul* dengan plastik
- Gelas kecil untuk penyajian jamu kemasan atau botol
- *Jarik* sebagai alat untuk menggendong (Oktaviani, 2012, h.114).

II.1.8.3 Cara Penyajian Jamu Gendong

Cara penyajian jamu yaitu jamu gendong yang telah selesai diolah disajikan ke dalam botol – botol yang sudah disiapkan. Kemudian, dimasukkan ke dalam keranjang atau *bakul* jamu gendong. Selanjutnya penjual jamu akan menggendong *bakul* lalu berjualan berkeliling. (Army, 2018)



Gambar II.12 *Bakul* Jamu
Sumber: Dokumen Pribadi (6 April 2020)

II.1.8.4 Strategi Berjualan Jamu Gendong

Penentuan lokasi jualan penjual jamu yang tepat dilakukan di wilayah pasar, area keraton dan yang banyak dilakukan dengan mendatangi setiap rumah warga ataupun pembeli bisa langsung mendatangi rumah penjual untuk memesan jamu. Keramahan juga menjadi kunci dalam membuat pelanggan yakin dan percaya memilih jamu gendong (Budhianto, 2014).

II.1.8.5 Sejarah Jamu Gendong

Profesi jamu gendong belum bisa dipastikan kapan mulai dikenal masyarakat khususnya Jawa, tapi meracik dan mengonsumsi jamu telah ada sejak zaman kerajaan Hindu dan Buddha (Sukini, 2018).



Gambar II.13 Relief orang minum jamu

Sumber: <https://4.bp.blogspot.com/-FI7RL2PC37I/Txw1XeIUA0I/AAAAAAAAACSA/n2IHDGVtLRw/w1200-h630-p-k-no-nu/drinking+jamu.jpg> (6 April 2020)

Candi Borobudur sebagai salah satu bukti relief yang menggambarkan orang minum jamu. Selain itu, kerajaan Majapahit juga menyebutkan adanya seorang peracik jamu waktu itu disebut *acarki*. *Acarki* sebelum membuat jamu memiliki beberapa syarat yang harus dipenuhi. Syarat itu berupa ritual dan dipercaya oleh masyarakat Jawa kuno bahwa sang penyembuh adalah Tuhan. Seiring dengan perkembangan zaman, jamu yang diracik disajikan untuk para keluarga keraton lalu berlanjut dengan mengenalkan kepada masyarakat tradisi meminum jamu. Sejarah jamu gendong bisa diperoleh dari sumber – sumber tertulis *Serat Centhini* (1814 M) dan *Kawruh Bab Jampi-Jampi Jawi* (1858) (Sukini, 2018).

Jamu telah ada sejak zaman kerajaan Majapahit sering dijadikan minuman untuk upacara kerajaan. Jenis jamu yang dijadikan sajian pada saat upacara yaitu jenis jamu yang diedarkan oleh jamu gendong sekarang yang berasal dari 8 bahan dasar yang telah diuraikan sebelumnya. Delapan jamu yang diminum oleh keluarga kerajaan merupakan simbol dari Surya Majapahit, yaitu delapan arah mata angin. Urutan rasa yang ada pada jamu makna simbol siklus kehidupan manusia, rasanya adalah manis – asam, sedikit pedas – hangat, pedas, pahit, tawar dan terakhir manis kembali. Masa kehidupan bayi sampai praremaja disimbolkan oleh jamu kunyit asam yang memiliki rasa manis asam. Sementara, masa remaja dimana mulai bersikap egois disimbolkan oleh beras kencur yang memiliki rasa sedikit pedas hangat. Rasa sedikit pedas juga menyimbolkan bahwa di masa ini seorang remaja baru sedikit merasakan kehidupan sebenarnya. Masa labil usia 19 – 21 tahun disimbolkan melalui jamu cabai puyang rasa pedas manis. Jamu pahitan simbol kehidupan yang harus tetap dijalani meskipun pahit dalam menjalaninya. Kepahitan hidup pasti akan terlewati dengan simbol jamu kunci sirih. Berlandaskan bahwa daun sirih bisa mengobati berbagai penyakit maka bermakna bahwa kehidupan akan kembali baik. Manusia harus bisa mengayomi sesama dan menghangatkan suasana disimbolkan dengan jamu kudu laos sebagai makna dari penghangat. Manusia sebagai seorang hamba tentu dibuktikan dengan pengabdian serta ketulusan dalam pasrah terhadap kuasa Sang Pencipta disimbolkan dengan jamu uyup – uyup/gepyokan bersifat netral. Setelah menjalani kehidupan, manusia memiliki fitrah yaitu kembali kepada pencipta-Nya disimbolkan oleh jamu sinom yang berarti diam (meninggal, tidur, moksa). Jamu gendong tidak hanya memiliki manfaat sebagai kesehatan tetapi jika dimaknai dan direnungi dengan kehidupan sehari – hari bisa menjadikan kehidupan manusia lebih baik, seperti yang diajarkan oleh para leluhur (Sukini, 2018).

II.2 Analisis Profesi Jamu Gendong Di Era Milenial

II.2.1 Observasi

Studi observasi memperhatikan suatu kondisi sekitar dengan akurat dan mencatat fenomena dalam bentuk penjelasan deskriptif, data yang diperoleh bersifat konkret serta tidak berupa kesimpulan. Data yang dicari pun dipertimbangkan dengan fenomena yang diamati. Observasi melibatkan dua komponen yaitu penulis dan objek yang diamati (Poerwandi, 2007). Penulis menggunakan jenis observasi non-partisipan, yaitu penulis tidak ikut tergabung didalam kelompok yang diteliti sehingga penulis hanya mengamati objek dari kejauhan tanpa berinteraksi dengan subjek penelitiannya. Observasi yang dilakukan pada perancangan ini adalah kegiatan dan tempat pelaksanaan menjual jamu gendong di lokasi pasar. Data observasi digunakan sebagai sumber data primer dari perancangan.



Gambar II.14 Penjual Jamu Gendong Ayu

Sumber: <https://img->

[z.okeinfo.net/okz/500/library/images/2019/07/27/feu2hax34ydc93p1zxcg_19418.jpg](https://img-z.okeinfo.net/okz/500/library/images/2019/07/27/feu2hax34ydc93p1zxcg_19418.jpg) (26 April 2020)

Pengamatan lapangan dilaksanakan dimulai pada bulan Desember sampai Januari 2020, pada tanggal 28 Desember 2019, 29 Desember 2019 dan tanggal 30 Desember 2019. Pengamatan dilaksanakan di Pasar Tawangsari, Pasar Nguter dan Pasar Bulu, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Pasar adalah lokasi yang strategis untuk menjual berbagai produk baik itu makanan, minuman maupun barang. Sama halnya dengan penjual jamu gendong di Sukoharjo yang menjadikan pasar sebagai tempat pertama yang dituju dalam mencari pelanggan sebelum berkeliling ke desa-desa. Para penjual jamu gendong menjadikan pasar sebagai tempat yang efektif karena banyaknya orang yang berlalu-lalang.



Gambar II.15 Pasar Tawangsari Sukoharjo
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)

Berdasarkan pengamatan selama berada di pasar Tawangsari, penjual jamu masih banyak setiap harinya sama halnya dengan pasar Nguter dan Bulu. Penjual jamu kebanyakan sudah beralih moda transportasi berupa sepeda motor maupun sepeda ontel meskipun melihat dulunya pernah menggendong jamu tapi sekarang beralih memanfaatkan kemajuan transportasi. Pemanfaatan teknologi menjadi mempermudah manusia melalui kepintarannya yang dibalut oleh sebuah desain (Kurniawan, 2009). Profesi jamu gendong sendiri tidak benar – benar punah hanya dari segi jumlah memang sudah sedikit itu pun kebanyakan penjualnya perempuan lansia dan dengan alasan tidak bisa memakai sepeda motor.



Gambar II.16 Penjual Jamu Gendong
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)

Penjual jamu gendong tradisional masih ada sampai sekarang, namun sudah banyak yang beralih moda transportasinya. Hal tersebut diakibatkan oleh penjual yang ingin kepraktisan ketika berjualan dan penyesuaian perkembangan zaman.



Gambar II.17 Penjual Jamu Sepeda Ontel
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)

Penjual jamu dengan moda transportasi sepeda ontel cukup banyak di Sukoharjo. Biasanya pada sekitar pukul 07.00 pagi para penjual jamu baik yang gendong maupun yang tidak, sudah mulai bersiap di pasar-pasar. Penjual jamu juga saling bergantian, ada yang baru datang ke pasar dan yang sudah lama dipasar melanjutkan pergi berkeliling ke desa-desa. Pada tengah hari biasanya penjual jamu sudah sulit ditemukan karena sudah mulai kembali ke rumah masing-masing. Biasanya jamu gendong bisa dipesan dengan cara mengunjungi rumah sang penjual secara langsung.



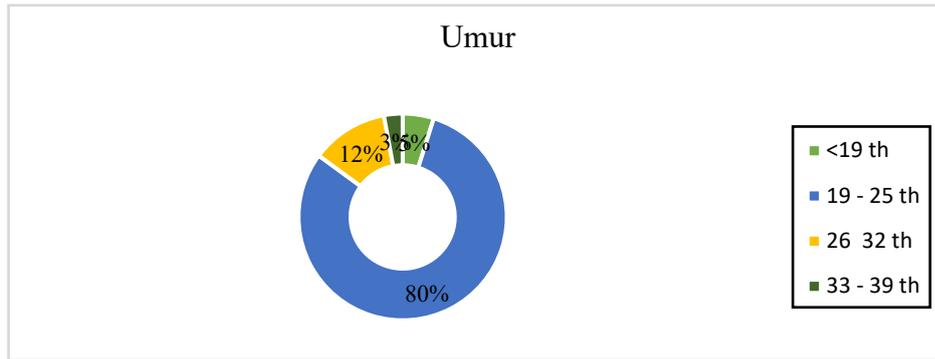
Gambar II.18 Desa Jamu Kateguhan
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)

II.2.2 Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah cara mengumpulkan informasi sebagai data dalam penelitian yang tidak mewajibkan sumber hadir secara langsung (Sukardi, 1983). Perancangan ini menggunakan teknik kuesioner terbuka yaitu dengan tidak memberikan opsi jawaban atau agar responden memberikan pendapatnya secara objek sehingga dihasilkan data yang tepat dan akurat. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar maka diperoleh, jumlah responden 89 orang dari 15 kota antara lain: Bandung, Bekasi, Cimahi, Cirebon, Maluku, Jakarta, Medan, Lampung, Padangsidempuan, Payakumbuh, Solo, Sumedang, Surabaya, Tangerang, Tasikmalaya. Dari umur terbanyak 19 – 25 tahun yang berarti masuk dalam kategori milenial.

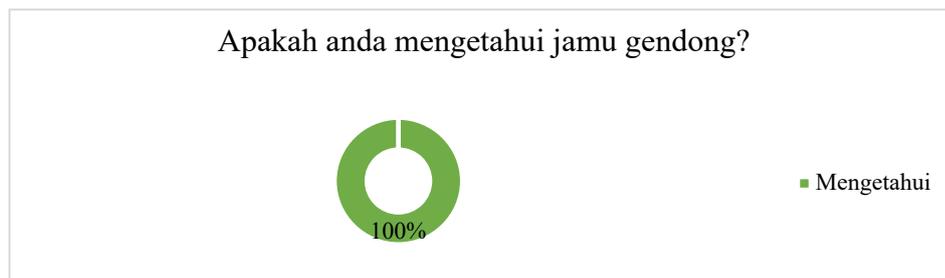
Berdasarkan kuesioner yang telah disebar diperoleh data diagram sebagai berikut:

- Berdasarkan 89 orang responden didominasi oleh umur yang merupakan generasi milenial. Sebaran milenial diperoleh dari yang berusia 19 – 39 tahun sebanyak 95%. Sedangkan yang kurang dari 19 tahun atau yang tidak termasuk golongan milenial sebanyak 3,4%. Dari kalangan sebelum generasi milenial atau *baby boomer* sebanyak 0% atau tidak ada data yang mengisi pada usia tersebut yang lebih dari 39 tahun.



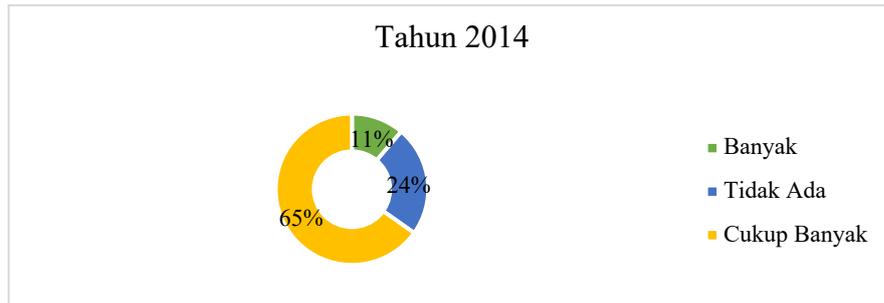
Gambar II.19 Grafik Umur Responden
Sumber: Olah Grafi penulis (30 Desember 2019)

- Dari 89 responden 100% semua sebaran generasi keseluruhannya mengetahui jamu gendong secara umum sebagai sebuah profesi yang ada di lingkungan masyarakat. Pengetahuan jamu gendong telah menyebar di masyarakat secara merata meskipun ada beberapa yang memang belum mendapatkan informasi.

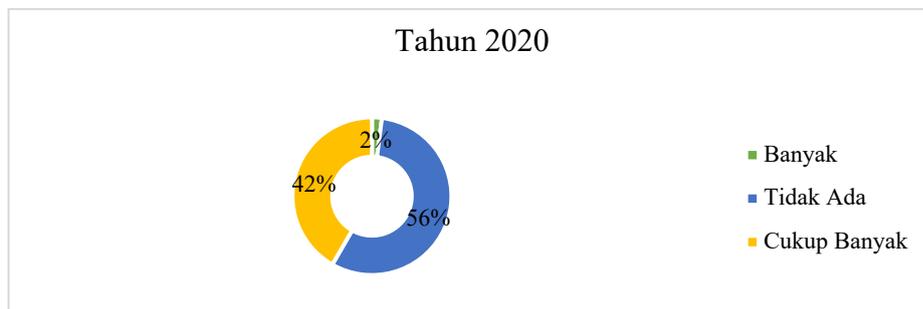


Gambar II.20 Grafik Pengetahuan Jamu Gendong
Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

- Berdasarkan persentase dari 89 responden eksistensi jamu gendong menurut milenial dari tahun 2014 sampai sekarang tahun 2020 mengalami penurunan. Diketahui dari tahun 2014 sebanyak 65,2% menyatakan cukup banyak, 11,2% menyatakan banyak dan 23,6% menyatakan tidak ada. Sedangkan pada tahun 2020 sebanyak 89 responden 56,2% menyatakan tidak ada, 42% menyatakan cukup banyak, 2% menyatakan banyak.



Gambar II.21 Grafik Eksistensi Jamu Gendong
Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)



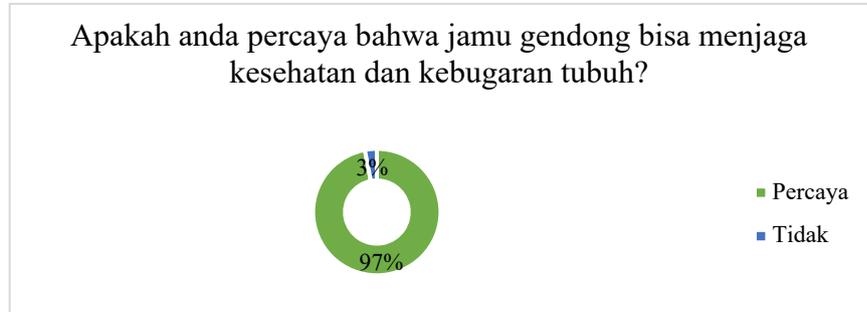
Gambar II.22 Grafik Eksistensi Jamu Gendong
Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

- Berdasarkan 89 responden yang didominasi oleh generasi milenial pernah meminum jamu gendong. Setidaknya 8% sering mengonsumsi, 82% terkadang mengonsumsi dan yang belum pernah mengonsumsi sebanyak 10%.



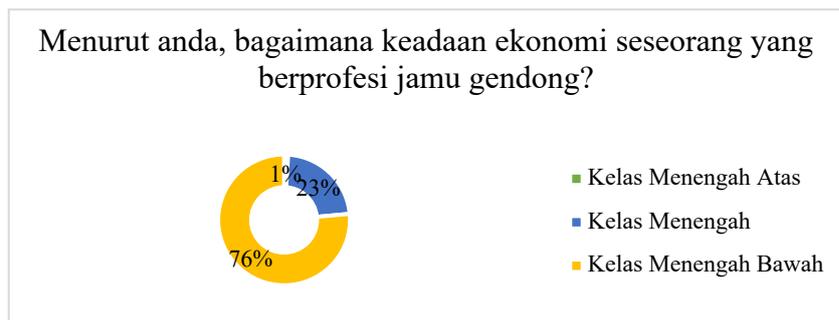
Gambar II.23 Grafik Konsumsi Jamu Gendong
Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

- Dari 89 responden yang didominasi oleh generasi milenial mempercayai bahwa minum jamu gendong bisa menjaga kesehatan & kebugaran tubuh. Sebanyak 97% percaya dan 3% tidak percaya.



Gambar II.24 Grafik Khasiat Jamu Gendong
 Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

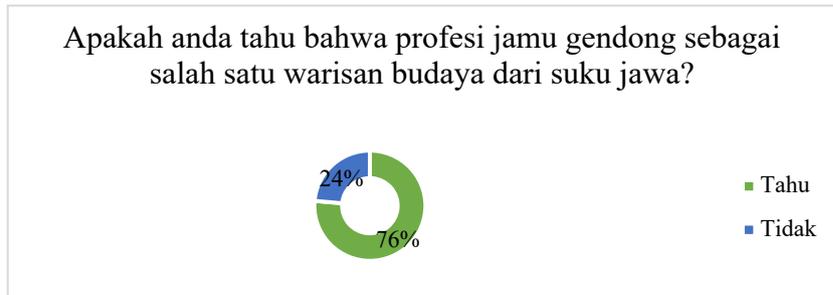
- Tingkat ekonomi profesi jamu gendong berdasarkan persentase generasi milenial menganggap bahwa seseorang yang memiliki profesi jamu gendong merupakan dari kelas menengah bawah. Informasi tersebut didapat dari jawaban 89 responden sebanyak 76% menyatakan kelas menengah bawah. 23% menyatakan berada pada tingkatan kelas menengah dan 1% kelas menengah atas. Dari respon tersebut diperoleh kesimpulan bahwa profesi ini membantu masyarakat kelas menengah bawah dalam memenuhi kebutuhan pokoknya.



Gambar II.25 Grafik Ekonomi Jamu Gendong
 Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

- Berdasarkan persentase keseluruhan 89 responden sebanyak 76% mengetahui bahwa jamu gendong merupakan budaya suku Jawa dan 24% tidak

mengetahui. Faktor yang membuat tidak mengetahui dapat diakibatkan oleh tidak adanya penjual jamu gendong atau masyarakat kurang informasi baik dari media konvensional maupun non konvensional.



Gambar II.26 Grafik Pengetahuan Budaya
Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

- Berdasarkan persentase rata – rata sebanyak 89 responden tidak mengetahui sejarah jamu gendong. Hal tersebut diakibatkan oleh kurangnya informasi mengenai sejarahnya baik melalui media – media yang hadir dalam masyarakat.



Gambar II.27 Grafik Pengetahuan Sejarah Jamu Gendong
Sumber: Olah grafis penulis (30 Desember 2019)

Berdasarkan data kuesioner generasi milenial berpikir bahwa penjual jamu merupakan seorang perempuan atau lanjut usia yang memakai baju tradisional berasal dari Jawa Tengah, identik dengan panggilan “Ayu” dan menjual obat herbal atau tradisional. Cara menjual jamu dengan digendong berkeliling kampung atau kota, dikenal rasa jamunya yang pahit. Penjual jamu memiliki gairah semangat juang tinggi menjual jamu dengan melestarikan tradisi dahulu dimasa sekarang. Generasi milenial memiliki alasan ketika memilih untuk minum

jamu karena khasiatnya yang menyehatkan, tidak ribet, jamunya diracik sendiri serta terbuat dari bahan alami daripada jamu kemasan, tanpa pengawet, murah, aman untuk dikonsumsi, racikan turun temurun dan penjualnya menghampiri pelanggan. Rata – rata generasi milenial telah mengetahui eksistensi profesi jamu gendong. Namun jamu gendong kini mulai tergerus oleh perkembangan zaman dan lebih memperhatikan nilai kepraktisan serta ekonomis.

II.2.3 Wawancara

Wawancara merupakan sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang bisa dilakukan langsung maupun menggunakan dengan jaringan telepon bisa secara terstruktur maupun tidak terstruktur (Sugiyono, 2011). Wawancara yang digunakan tidak terstruktur yaitu penulis tidak menggunakan panduan yang tersusun secara sistematis untuk mengumpulkan data. Wawancara dilakukan selama 3 hari di tiga lokasi jelasnya di pasar bersama beberapa narasumber penjual jamu. Tukiye, Bayu dan Sri merupakan penjual jamu yang memiliki moda transportasi yang berbeda – beda.

II.2.4 Hasil Analisis Wawancara

Penjual jamu rata – rata berjualan dari pagi hingga siang hari dengan lokasi jualan biasanya di pasar sebelum berkeliling desa. Moda transportasi yang digunakan ada yang digendong, sepeda motor atau ontel dan gerobak. Jika dilihat dari latar belakang, beberapa penjual jamu senior dulunya pernah menggunakan cara tradisional yaitu digendong. Para penjual jamu gendong tidak sedikit memiliki pengalaman merantau keluar kota. Dengan penjualan yang lebih praktis serta penghasilan yang lumayan tinggi meskipun dari segi kualitas dan khasiatnya memang berbeda dengan jamu racikan yang berada di wilayah Sukoharjo. Penjual jamu ternyata tidak hanya dilakukan oleh kalangan perempuan saja tetapi laki – laki juga menjual jamu dengan cara memakai gerobak.



Gambar II.28 Pedagang Jamu Laki – Laki Dengan Gerobak
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)



Gambar II.29 Penjual Jamu Sepeda Ontel
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)



Gambar II.30 Penjual Jamu Motor
Sumber: Dokumen Pribadi (30 Desember 2019)

Harga satu gelas jamu rata – rata yaitu sebesar Rp. 2.000,- itu kalo penjual jamu di Jawa Tengah. Sedangkan, kalo perantauan biasanya memiliki harga kisaran Rp. 10.000,- sampai dengan Rp.15.000,- per-gelasnya. Modal dalam pembelian bahan – bahan kurang lebih Rp.100.000,-/hari dengan penghasilan kurang lebih Rp.100.000,- sampai dengan Rp.150.000,-/hari.

II.2.5 Analisis

Dari data yang dihasilkan melalui kuesioner, wawancara dan observasi tentang eksistensi profesi jamu gendong saat ini. Maka data akan dianalisis melalui metode 5W+1H sebagai berikut:

Tabel II.4 5W+1H
Sumber: Dokumen Pribadi (25 April 2020)

What?	Apa yang menjadi fokus masalah?	Eksistensi profesi jamu gendong di era milenial yang telah langka
Who?	Siapa khalayak sasaran?	Generasi milenial yang belum mengetahui informasi eksistensi profesi jamu gendong
Why?	Kenapa masalah tersebut bisa terjadi?	Karena generasi milenial lebih aktif dalam penggunaan teknologi <i>digital</i> contohnya: belanja daring dan penjual jamu gendong yang mulai memanfaatkan sisi ekonomis serta praktis dalam hal transportasi khususnya.
When?	Kapan masalah tersebut terjadi?	Saat generasi milenial menggunakan aplikasi belanja daring
Where?	Dimana masalah bisa terjadi?	Di lingkungan kota dan jika dibiarkan akan berdampak pada wilayah pusat tempat jamu gendong berasal.
How?	Bagaimana solusi masalahnya?	Memberikan media yang berisi informasi dan konten visual menarik mengenai eksistensi jamu gendong yang hadir pada masyarakat saat ini melalui media konvensional.

II.3 Resume

Eksistensi profesi jamu gendong saat ini masih ada hanya saja jumlahnya sudah menurun karena sudah mulai menggunakan moda transportasi modern baik di perkotaan maupun pedesaan. Dari aspek nilai – nilai kebudayaan pun penjual jamu kini sudah berpakaian modern, tidak lagi menggunakan kebaya dan kain batik atau *jarik*. Sehingga, identitas profesi jamu gendong sudah mulai hilang. Anggapan

milenial bahwa orang yang berprofesi menjual jamu gendong adalah perempuan. Faktanya, di lapangan penulis menemukan beberapa penjual jamu adalah pria dengan alasan berjualan tertentu. Generasi milenial masih meyakini bahwa mengonsumsi jamu racikan dari penjual jamu gendong bisa menjaga kesehatan dan menambah kebugaran. Kebanyakan generasi milenial mempercayai bahwa orang dengan profesi jamu gendong memiliki taraf hidup kelas menengah kebawah. Penghasilan di luar kota atau ketika penjual jamu gendong merantau ke kota – kota memiliki pendapatan yang lebih tinggi. Sehingga, perekonomian profesi jamu gendong jika sedang merantau kebanyakan meningkat. Karena biasanya jika di tempat asalnya dijual dengan kisaran harga Rp. 2.000,- per gelas di kota – kota bisa naik menjadi 5000 – 10000 untuk jamu racikan. Generasi milenial rata – rata belum mengetahui sejarah profesi jamu gendong. Profesi jamu gendong merupakan profesi yang mampu membantu perekonomian masyarakat serta mempertahankan nilai budaya Indonesia.

II.4 Solusi Perancangan

Wawasan mengenai eksistensi profesi jamu gendong perlu diinformasikan kepada masyarakat khususnya generasi milenial. Jika tidak diinformasikan maka nilai budaya akan semakin berkurang serta berpotensi hilang. Informasi mengenai profesi jamu gendong dapat diterima oleh masyarakat melalui perancangan media informasi yang mudah dipahami. Diharapkan informasi yang diterima oleh masyarakat dapat menambah wawasan dan melestarikan nilai – nilai budaya serta meningkatkan taraf ekonomi dari profesi jamu gendong sendiri. Sehingga masyarakat mengetahui eksistensi profesi jamu gendong saat ini dan mendapatkan informasi mengenai profesi jamu gendong.