

ABSTRACT

Background: *Jamu* has been used by Indonesian people for centuries, and empirically proven on health maintenance and improvement. However, it is important to assure the safety, efficacy and quality of *jamu* through scientific based on *jamu* development (*saintifikasi jamu*). Hortus Medicus Tawangmangu is the first clinic that applied the *saintifikasi jamu* (SJ). Currently, the promotion of evidence-based *jamu* is still needed to convince public that *jamu* as a part of tradition and local natural resources, has equal safety, efficacy and quality as modern medicine. By applying Theory of Reasoned Action (TRA), this research would provide data for *jamu* social marketing strategy planning in the future.

Objective: To analyze the influence of attitude and subjective norms to consumers behavioral intention in using *jamu* at Hortus Medicus Clinic.

Method: This was a mix method research with cross-sectional survey and in depth interview to the consumers. A self-administered questionnaire was used to capture 374 participants and depth interview to ten participants. Data analysis was carried out by correlation, regression, comparative and descriptive analysis using stata program.

Result: There was a significant correlation between attitude and intention, but none between subjective norms and intention. But simultaneously, attitude and subjective norms have significant relationship with intention. There was also a significant difference of attitude between old and new consumers as well.

Conclusion: Both attitude and subjective norms have a simultaneously influence to consumer intention in using *jamu*. It is necessary to increase their belief in the advantage of using *jamu* in Hortus Medicus Clinic. This institution has the responsibility to promote the use of evidence based *jamu* to increase consumer normative belief through various media.

Keyword: attitude, subjective norms, intention, *jamu*, Hortus Medicus Clinic

ABSTRAK

Latar belakang: Bukti empiris menunjukkan bahwa jamu bermanfaat dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan masyarakat di Indonesia. Namun demikian, penting untuk memberikan jaminan khasiat, kualitas dan keamanan jamu pada masyarakat dengan pengembangan jamu berbasis bukti ilmiah, salah satunya melalui program Saintifikasi Jamu (SJ). Klinik SJ Hortus Medicus Tawangmangu merupakan klinik pertama yang menerapkan program tersebut. Saat ini masih diperlukan pemasaran sosial jamu berbasis bukti untuk meyakinkan masyarakat bahwa jamu memiliki khasiat, kualitas dan keamanan yang setara dengan obat modern. Penelitian yang mengaplikasikan *Theory Reasoned of Action* ini dapat menjadi dasar penyusunan strategi pemasaran sosial jamu.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat berperilaku konsumen dalam menggunakan jamu di Klinik SJ Hortus Medicus.

Metode: Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *mix-method* non eksperimental dengan metode survei ($n = 374$) dan wawancara mendalam ($n = 10$), dengan pengambilan sampel secara kuota. Responden diberi kuesioner mengenai sikap, norma subjektif dan niat konsumen untuk menggunakan jamu. Analisis data dilakukan dengan uji korelasi, regresi, komparatif dan deskriptif.

Hasil: Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dan niat konsumen dalam menggunakan jamu, namun tidak demikian halnya dengan norma subjektif dan niat. Sikap dan norma subjektif secara bersama-sama memiliki hubungan dengan niat konsumen dalam penggunaan jamu. Terdapat perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen lama dan konsumen baru

Kesimpulan: Sikap dan norma subjektif secara bersama-sama mempengaruhi niat konsumen dalam penggunaan jamu. Diperlukan upaya untuk meningkatkan keyakinan pasien baru terhadap manfaat penggunaan jamu di klinik SJ Hortus Medicus. Promosi penggunaan jamu yang aman, berkhasiat dan berkualitas melalui media yang beragam diperlukan untuk meningkatkan keyakinan normatif masyarakat.

Kata kunci: perilaku konsumen, jamu, Klinik Hortus Medicus