

MODERNISASI JAMU AGAR TETAP RELEVAN DENGAN PASAR (Studi Kasus: Acaraki Jamu & Suwe Ora Jamu)

Hartanto, Susi¹, Narissa, Angela²

¹Departemen Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
Lippo Village, Banten, Indonesia

²Departemen Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
Lippo Village, Banten, Indonesia

e-mail: susi.fdt@uph.edu¹, angelanarissa@gmail.com²

Received: February, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

ABSTRACT

Jamu is considered old-fashioned, bitter, unhygienic, only consumed by a small part of the middle and lower economic community, and has not been able to attract the interest of the younger generation so that its sustainability is further eroded in this modern era. This article discusses how innovators are taking jamu in a more modern direction to get a better appreciation. This article resulted from observations, interviews with jamu practitioners, as well as direct experiences as consumer of jamu. This article aims to: 1) increase the interest and curiosity of Indonesian teenagers and youth about jamu; and 2) aspire more innovators to create more extraordinary jamu product creations according to their respective field expertise. The keywords of modern jamu are: menu innovation, education, new experience, presentation, attributes, and facilities. Finally, the author hopes that this article can have a positive impact on jamu players and connoisseurs, to continue to be creative so that jamu can remain relevant to the market.

Keywords: jamu, modern, innovation

ABSTRAK

Jamu dianggap kuno, pahit, tidak higienis, hanya dikonsumsi oleh sebagian kecil masyarakat perekonomian menengah ke bawah, dan belum mampu menarik minat generasi muda sehingga keberlangsungannya semakin tergerus di era modern ini. Artikel ini membahas cara para inovator membawa jamu ke arah yang lebih modern agar bisa diapresiasi. Artikel ini dihasilkan dari observasi, wawancara terhadap pelaku jamu modern, serta pengalaman langsung sebagai konsumen jamu modern. Artikel ini bertujuan: 1) meningkatkan minat serta rasa ingin tahu remaja maupun pemuda/i Indonesia mengenai jamu; dan 2) menginspirasi para inovator agar membuat kreasi produk jamu yang lebih luar biasa sesuai keahlian bidangnya masing-masing. Kata kunci dari jamu modern adalah inovasi menu, edukasi, pengalaman baru, presentasi, atribut, dan fasilitas. Terakhir, penulis berharap karya tulis ini dapat memberikan dampak positif bagi para pelaku jamu serta penikmat jamu untuk terus berkreasi agar jamu bisa tetap relevan dengan pasar.

Kata Kunci: jamu, modern, inovasi

1. PENDAHULUAN

Jamu merupakan salah satu kekayaan tradisional Indonesia yang masih gigih berjuang diantara tampanan era modernisasi. Stigma “pahit”, “kuno”, “tidak higienis”, “hanya mitos”, atau “tidak efektif” adalah penggalan-penggalan kata yang mencerminkan pandangan masyarakat ‘modern’ terhadap jamu. Padahal

berdasarkan Serat Centhini, jamu merupakan warisan yang memiliki segudang manfaat bagi tubuh, baik bagi anak-anak maupun orang dewasa. Bahkan karena dianggap sangat berharga, pada zaman Majapahit jamu awalnya hanya boleh dikonsumsi oleh keluarga raja atau para bangsawan (Sukini, 2018).

Berdasarkan paparan tersebut, terlihat gamblang ironi kesenjangan antara nilai, makna, dan pemahaman kebudayaan jamu di era 'tradisional' dengan era 'modern'. Sampai saat ini sebenarnya industri jamu masih terus berkembang lewat pemanfaatan teknologi, *branding* merk dagang, dan sosialisasi yang dilakukan para pelaku jamu maupun pemerintah guna mengedukasi masyarakat serta menarik minat generasi muda. Sebagaimana keberadaan produk jamu yang mampu menarik minat generasi muda serta mengembangkan kebiasaan minum jamu bagi masyarakat dengan kelas ekonomi menengah ke atas dianggap penting sebagai langkah strategis bagi keberlangsungan budaya tersebut (Gardjito, 2018).

1.1 Asal dan Arti Kata Jamu

Berdasarkan Sukini (2018), kata "*jamu*" bersumber dari bahasa Jawa Kuno, yaitu "*jampi*" atau "*usodo*". Kata "*jampi*" dalam bahasa Jawa Kuno berhubungan dengan proses penyembuhan tradisional yang memanfaatkan obat atau minuman dan mantra, serta dilakukan oleh ahli penyembuhan (Tilaar & Widjaja, 2015). Sementara Sukini (2018) memaparkan arti dari "*jampi*" atau "*usodo*" sebagai menyembuhkan dengan ramuan obat atau doa. Kedua istilah tersebut kemudian melahirkan kata "*jamhu*" atau "*jamu*" (Handoyo, 2014). Adapun istilah lainnya yang merujuk pada "*jamu*" juga dapat ditemukan pada berbagai daerah di Indonesia pada akhir abad ke-8 sampai awal abad ke-9, seperti: "*husodo*" di Pulau Jawa, "*usada*" di Bali, "*lontarak pabbura*" di Sulawesi Selatan, "*Serat Primbon Jampi*" dan "*Serat Racikan Boreh Wulang Dalem*" pada naskah tulis Kesultanan Yogyakarta Jawa Tengah (Tilaar & Widjaja, 2015).



Gambar 1. Relief Batu Candi Borobudur yang Menggambarkan Aktivitas Minum Jamu
[Sumber: <http://abahrularzaq.blogspot.com>, 2022]

1.2 Penjualan dan Variasi Jamu di Era Modern

Kini sebagian besar penjual jamu menggunakan sepeda, motor, maupun gerobak untuk menjajakan dagangannya. Delapan jenis jamu wajib: kunyit asam; beras kencur; cabe puyang; pahitan; kunci sirih; kudu laos; uyup-uyup/ gepyokan; dan sinom, berkembang melahirkan variasi baru. Beberapa contoh variasi baru diantaranya: jamu temulawak; secang; semelak; galian singset; watukan; pegal linu; serai; jamu kemasan bubuk; dan jamu kemasan pil atau kapsul (Sukini, 2018).

1.3 Eksistensi Kebudayaan Minum Jamu pada Masyarakat Modern di Indonesia

Gardjito (2018) melakukan wawancara pada beberapa titik di Yogyakarta dan mendapati bahwa persentase sebaran konsumen jamu terendah dipegang oleh anak-anak remaja, dan pria dewasa yang berkisar 10-15%. Kemudian diikuti angka 25% untuk wanita dewasa dan 35% untuk orang tua. Mayoritas diantaranya merupakan masyarakat dengan perekonomian menengah kebawah. Perolehan data tersebut menunjukkan urgensi keberadaan produk jamu yang mampu menarik minat generasi muda. Selain itu, mengembangkan kebiasaan minum jamu bagi masyarakat dengan kelas ekonomi menengah keatas disebut sebagai langkah strategis bagi keberlangsungan budaya tersebut. Jika tidak, kebudayaan minum jamu akan semakin tergerus di era modern ini. Beers (2001) sendiri memaparkan adanya kelompok dokter dengan latar studi di Indonesia maupun negara Barat yang mengonsumsi jamu secara sembunyi-sembunyi. Hal ini didasari kekhawatiran pada stigma beberapa masyarakat 'modern' yang meragukan efektifitas jamu.

1.4 Peran Generasi Muda dalam Pelestarian Kebudayaan di Era Globalisasi

Maraknya pertukaran informasi dan kebudayaan pada era globalisasi menyajikan alternatif konsumsi hiburan yang luas bagi masyarakat. Persaingan yang ketat dan selektif tersebut menyebabkan pudarnya beberapa kebudayaan tradisional (Suneki, 2012). Hal ini diakibatkan negara maju merupakan tokoh utama dalam penyebaran informasi di era globalisasi (Mubah, 2011; Suneki, 2012). Oleh karena itu generasi muda dituntut tetap bersikap tegas dalam seleksi tersebut agar kebudayaan Indonesia tetap hidup di hati masyarakat, sebagaimana budaya adalah pemberian nenek moyang yang wajib dipelihara (Widodo, 2020). Sebab budaya setempat yang mengalami ketidakberdayaan merupakan awal terjadinya krisis identitas lokal (Mubah, 2011).

Artikel ini bertujuan memberikan pemaparan bahwa di tengah stigma jamu tradisional yang kurang populer di masyarakat, sebenarnya sudah ada beberapa upaya memodernisasi jamu agar lebih relevan dengan gaya hidup konsumen saat ini. Diharapkan artikel ini bisa memberikan wawasan kepada para pelaku dan penikmat jamu bahwa upaya melestarikan jamu ini patut dihargai dan diharapkan ada upaya lainnya yang lebih inovatif.

2. METODE PENELITIAN

Pengambilan data dilakukan dengan observasi dan wawancara kepada para pelaku jamu modern. *Brand* Acaraki Jamu dan *brand* Suwe Ora Jamu, mewakili metode penjualan jamu secara modern, yaitu menetap di satu tempat yang disertai fasilitas. Observasi yang dilakukan meliputi atribut yang digunakan dalam proses meracik dan menyajikan jamu, cara menyajikan jamu kepada konsumen, jenis-jenis varian produk, kebiasaan pelanggan, interaksi dan edukasi yang terjadi antara konsumen dan penjual mengenai jamu, serta keunikan-keunikan lainnya sebagai masing-masing pelaku jamu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Upaya Modernisasi Jamu 1: Acaraki Jamu

Acaraki Jamu adalah *brand* yang menyajikan jamu beras kencur dan kunyit asam dengan sentuhan modern. Hal ini terpancar dari pemilihan lokasi, varian menu, alur interaksi, teknik produksi, dan lainnya. Saat ini Acaraki Jamu yang berdiri sejak tahun 2018 telah memanfaatkan beragam teknologi dari alat-alat meracik kopi dalam menyajikan jamunya.

Inovasi menu yang dilakukan Acaraki Jamu terdiri dari seri "*specialty jamu*" (tradisional) dan "*jamu new wave*" (modern) yang keduanya menggunakan jamu jenis beras kencur dan kunyit asam sebagai bahan dasar. Pada menu jamu modern, inovasi tidak hanya dilakukan melalui penggunaan teknologi alat-alat peracik kopi, melainkan juga pada bahan-bahan racikan jamu tersebut. Contoh bahan tambahan pada menu *jamu new wave* antara lain air karbonasi produksi sendiri, *yoghurt*, madu, lemon, biji selasih, dan lainnya. Adapun teknologi pembuat kopi yang digunakan dalam menu *specialty jamu* antara lain: V60, mesin *espresso* manual, *french press*, dsb.



Gambar 2. Pilihan Menu Tradisional dan Modern brand Acaraki Jamu
[Sumber: data pribadi, 2022]





Tabel 1. Observasi Atribut yang Digunakan Brand Acaraki Jamu
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

 <p>toples bahan baku</p>	 <p>timbangan & wadah timbangan (kaca)</p>	 <p>scoop metal</p>
 <p>teko angsa</p>	 <p>mesin grinder & wadah khusus</p>	 <p>saringan filter kopi</p>
 <p>pengaduk metal</p>	 <p>server & dripper V60</p>	 <p>mesin espresso manual</p>
 <p>mesin air panas</p>	 <p>tamper</p>	 <p>jug metal</p>
 <p>french press</p>	 <p>shot glass kaca (90 ml)</p>	 <p>carafe serving kaca (250-300 ml) & nampan MDF/ triplek</p>
 <p>nampan kayu</p>	 <p>gelas porcelain (150 ml) & keramik</p>	 <p>PET can (240 ml)</p>
 <p>mesin press tutup PET can</p>	 <p>jam pasir</p>	 <p>sendok metal, gula sachet, sedotan plastik</p>

Tabel 2. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Acaraki Jamu Menu A
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'GOLDEN YOGURT' LOKASI DUDUK: AREA 'BAR' SERVER "A"</p>
<p>Konsumen dapat memilih tempat duduk di area 'bar' untuk melihat proses serving jamu secara langsung atau di area tempat duduk biasa.</p>
<p>Acaraki memberikan buku menu sambil memberikan penjelasan tentang sejarah jamu dan isi menu sesuai kebutuhan konsumen.</p>
<p>Bubuk kasar kunyit kering diambil dari toples kaca kemudian dipindahkan ke mangkuk kaca diatas timbangan menggunakan <i>scoop</i> metal. Pelanggan diberi kesempatan membaui bahan tersebut. Setelah itu bahan dimasukkan kedalam mesin <i>grinder</i> untuk digiling. Terlihat sedikit bubuk kunyit beterbangan dalam proses ini. Acaraki memukul tuas merah sekali untuk meluruhkan bubuk kunyit yang tertahan. Selanjutnya acaraki menuang kembali bubuk kunyit giling ke dalam wadah kaca untuk ditimbang dan dubai oleh pemesan. Kemudian ia menambahkan bubuk 'asam' lalu mengaduknya menggunakan <i>scoop</i>. Pelanggan kembali dipersilahkan membaui hasil campuran tersebut.</p> 
<p>Acaraki mengambil air panas dari mesin. Bubuk kunyit tadi dipindahkan ke <i>portafilter</i>. Alih-alih menggunakan <i>tamper</i>, acaraki menepuk-nepuk salah satu sisi <i>portafilter</i> untuk meratakan permukaan bubuk kunyit. Setelah itu <i>portafilter</i> dipasang pada mesin <i>espresso</i> manual, lalu diputar ke arah berlawanan agar mengunci. Air panas dimasukkan kedalam mesin <i>espresso</i> manual tersebut. Kemudian acaraki menaruh gelas metal dibawah mesin. 'Daun telinga' mesin ditarik kearah luar menggunakan kedua tangan sebanyak 90 derajat kemudian diayunkan kembali ke posisi semula sebanyak 3 kali atau hingga cairan habis.</p> 
<p>Pada gelas kaca, disediakan es batu, yogurt, dan gula. Terakhir, hasil seduhan dituang ke dalam gelas kaca (membentuk gradasi warna).</p> 
<p>Gelas kaca disajikan diatas nampan dengan sebuah sendok metal dan sedotan plastik. Acaraki memberi saran untuk mengaduk gula di dasar gelas terlebih dahulu sebelum mengonsumsi.</p> 

Tabel 3. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Acaraki Jamu Menu B
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'KUNYIT ASAM: TUBRUK' LOKASI DUDUK: AREA 'BAR' SERVER "B"</p>
<p>Bahan kering ditimbang kemudian digiling menggunakan mesin <i>grinder</i>. Jika duduk di area 'bar', konsumen dapat membaui bahan baku sesudah dan sebelum digiling.</p> 
<p>Setelah digiling bubuk kunyit kembali ditimbang kemudian ditambahkan bubuk 'asam'.</p> 
<p>Selanjutnya campuran bubuk diseduh air panas sesuai takaran menggunakan teko angsa dengan gerakan memutar ke dalam <i>frenchpress</i> sembari ditimbang.</p> 
<p><i>Frenchpress</i> disajikan bersama <i>timer</i>, piring, gelas <i>shot</i>, sendok metal, tisu, satu stik gula pasir, dan <i>brown sugar</i> diatas nampan. <i>Acaraki</i> memberi saran untuk menunggu <i>timer</i> pasir 3 menit dan menekan alat <i>frenchpress</i> sebanyak satu kali saja sebelum menuangkannya ke dalam gelas <i>shot</i> untuk dikonsumsi.</p> 














Tabel 4. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Acaraki Jamu Menu C
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: JAMU UNTUK DIBAWA PULANG</p>
<p>Menu jamu pilihan dibuat sesuai tahapan masing-masing kemudian dimasukkan kedalam kemasan kaleng plastik bertutup metal. Apabila menu yang ingin dibungkus adalah jamu panas, acaraki akan menurunkan suhu air yang digunakan atau menyesuaikannya agar mencapai suhu 'hangat' supaya tetap aman bersentuhan dengan material plastik.</p> 







3.2 Upaya Modernisasi Jamu 2: Suwe Ora Jamu

Suwe Ora Jamu bermitra dengan salah satu produsen jamu ternama di Indonesia, yaitu jamu IBOE (Surabaya). Mengeksplorasi varian menu jamu modern yang berakar dari jamu IBOE adalah kegiatan yang dilakukan oleh Suwe Ora Jamu. Varian menu yang melimpah adalah salah satu daya tarik dari *brand* jamu satu ini.

Tabel 5. Observasi Atribut yang Digunakan Brand Suwe Ora Jamu
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

 <p>teko kaca kecil (300ml) + klip saringan <i>wire</i> metal</p>	 <p>panci listrik <i>portable</i></p>	 <p>sodet kayu</p>
  <p>lumpang dan alu (kayu, plastik, keramik/ batu)</p>	  <p>gelas kaca (25ml, 50ml, 150ml) & botol kaca + tutup (280ml)</p>	 <p>toples bahan baku</p>
 <p>wadah kaca lingkaran</p>	 <p>tisu, gelas mika, sedotan, gelas kertas beserta tutup plastik</p>	 <p>nampan kayu</p>
 <p><i>french press</i></p>	 <p><i>chiller</i> berisi produk jual</p>	

Tabel 6. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Suwe Ora Jamu Menu A
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'JAMU RACIK: ENERGY BOOSTER'</p>
<p>Konsumen dapat memilih tempat duduk di area 'bar' atau di area tempat duduk biasa. Staff akan memberikan buku menu dan menjelaskan sesuai kebutuhan konsumen.</p>
<p>Dari <i>series</i> menu "Jamu Racik", pelanggan dapat memilih apakah ingin melakukan proses meracik jamu secara pribadi atau tidak. Jika ya, pelanggan akan disugahi satu nampan beserta bahan dan peralatan yang dibutuhkan kemudian diberi tahu cara meraciknya.</p>

<p>Bahan kering dalam wadah kaca dituang ke dalam lumpang kayu atau keramik untuk ditumbuk hingga bahan memar dan harum. Penggunaan lumpang keramik jauh lebih efektif dibanding lumpang kayu.</p>

<p>Disusul penambahan bahan 'basah' seperti irisan jeruk nipis maupun jahe, dilanjutkan proses menumbuk seperti sebelumnya.</p>
<p>Bahan dihangatkan bersama air diatas panci elektrik sambil diaduk dengan sodet kayu (wangi bahan akan semakin tercium bersama tiupan uap panas).</p>

<p>Cairan beras kencur ditambahkan dan bahan kembali diaduk bersama (pada beras kencur terdapat endapan beras).</p>

<p>Hasil dituangkan ke dalam teko kecil tanpa tambahan gula (untuk menjaga khasiat asli seri 'Jamu Racik'. Teko tersebut lalu dihidangkan diatas nampan bersama gelas kaca dan dekorasi rempah "bintang adas". Gelas kaca itu dilengkapi <i>garnish</i> potongan jeruk nipis segar pada bibir gelas. Uniknya potongan <i>garnish</i> jeruk nipis akan mengeluarkan aroma segar setiap jamu diteguk. Hal ini karena posisi irisan jeruk yang berdekatan dengan hidung dalam posisi meneguk.</p>

<p>Satu teko yang disajikan dapat mengisi gelas jamu sebanyak 3-4 kali. Pada 'moncong' teko, dijepit kawat metal spiral guna menyaring bahan padat saat cairan jamu dituang. Cairan dalam teko masih bersisa karena tersumbat potongan bahan.</p>


Tabel 7. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Suwe Ora Jamu Menu B
 [Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'JAMU HOUSE BLEND: SARI JAMU SEHAT (<i>REFRESHMENT BLEND</i>) - 25ML; KAYU MANIS SITRUS (<i>EXOTIS SPICES BLEND</i>) - 50ML; TEMU KUNCI (<i>MIXOLOGY BLEND</i>) - 150ML</p>
<p>Konsumen dapat memilih tempat duduk dan membaca menu yang diberikan <i>staff</i>. Selain itu juga terdapat <i>booklet</i> khusus berisi katalog produk dan jabaran khasiatnya.</p> 
<p>Untuk seri 'Jamu House Blend', konsumen dapat memilih ukuran dan jenis jamu yang diinginkan. Jenis jamu pada seri ini terbagi lagi menjadi empat kategori: <i>signature blend</i>; <i>exotis spices blend</i>; <i>refreshment blend</i>; dan <i>mixology blend</i>. Setelah itu <i>staff</i> akan mengecek ketersediaan jenis jamu untuk ukuran tersebut.</p>
<p>Usai konfirmasi ketersediaan, jamu <i>pre-made</i> akan diambil dari <i>chiller</i>, dikocok, kemudian dituangkan kedalam gelas.</p>  <p>Jamu disajikan diatas nampan bersama hiasan kembang adas.</p>
<p>Selang 7-10 menit, pada jamu 'Kayu Manis Sitrus (<i>Exotis Spices Blend</i>) - 50ml', terbentuk endapan rempah yang terlihat kasar dan acak. Butiran yang signifikan memisahkan diri dari cairan oranye dan mengubah warna cairan menjadi lebih jernih.</p>  <p>Sedangkan pada jamu 'Temu Kunci (<i>Mixology Blend</i>) - 150ml', terdapat campuran kunyit menghasilkan butiran endapan yang sangat halus. Butiran halus ini tidak terlihat memisahkan diri dari cairan, malahan sangat menyatu sehingga dapat mempertahankan warna kuning semula. Campuran ini sedikit lebih kental dari jamu 'Kayu Manis Sitrus'.</p> <p>Kemudian varian 'Sari Jamu Sehat (<i>Refreshment Blend</i>) - 25ml' memiliki tingkat kekentalan yang menyerupai madu, namun tentunya lebih encer dibanding madu. Sedikit kental tetapi mudah ditelan. Tidak terdapat endapan pada varian ini, sebagaimana komponen penyusunnya terdiri dari berbagai sari buah.</p> 

Tabel 8. Observasi Alur Pembelian dan Penyajian Brand Suwe Ora Jamu Menu C
[Sumber: Dokumen Pribadi, 2022]

<p>MENU: 'SOJAMU: SEREH TELANG' (DIBAWA PULANG)</p> <p>Seri 'SoJamu' disimpan dalam kemasan kaleng yang diletakkan pada <i>chiller</i>. Seri ini dapat langsung dikonsumsi dalam keadaan dingin. Bahan bakunya terbuat dari campuran bahan alami dan soda.</p>	
	
<p>space untuk mencoba jamu seduh <i>sachet (teabag)</i></p>	
	

4. KESIMPULAN

Dari observasi, wawancara, studi literatur, studi mandiri yang telah dilakukan, berikut kesimpulannya:

1. Mayoritas pelanggan yang mengkonsumsi jamu adalah perempuan remaja dan dewasa. Sebaran angka berada pada kisaran 65% (Acaraki Jamu), dan 50% (Suwe Ora Jamu).
2. Industri jamu terus mengalami modifikasi baik dari segi penyajian, atribut, maupun menu.
3. Variasi menu jamu modern berhasil memikat minat anak muda meskipun menuai pro-kontra akibat filosofi jamu sendiri yang menghindari penggunaan bahan buatan guna menyehatkan tubuh.
4. *Brand* 'jamu modern' telah memanfaatkan teknologi dan peralatan modern untuk efektivitas, efisiensi, presentasi, higienitas, dan pengalaman baru bagi konsumen.
5. Menanggapi kontra tentang modifikasi bahan baku, kunci dari mengkonsumsi jamu sendiri adalah keselarasan antara raga, pikiran, dan jiwa (*body, mind, spirit*). Selama keselarasan tersebut dan sikap konsisten yang berkeinginan menyehatkan diri dipelihara, niscaya khasiatnya akan berdampak pada tubuh.
6. Modifikasi jamu pada *brand* "Acaraki Jamu" berusaha melibatkan petani Cinaraga untuk memperoleh standarisasi kualitas (tumbuhan yang tumbuh di tempat berbeda memiliki kandungan dan rasa yang berbeda pula).
7. Takaran jamu modern memiliki volume standar dengan rentang 25ml, 50ml, 125ml, 150ml, dan 250ml-300ml.
8. Jamu modern sangat bisa disajikan dingin dengan fasilitas pendingin.
9. Jamu modern bisa disajikan dengan cara *take away* yang sangat memudahkan konsumen modern.
10. Unsur dekorasi saat penyajian jamu, misalkan potongan jeruk nipis atau *garnish* adas, memberikan presentasi yang lebih cantik dan profesional.
11. Penyedia jamu modern menyediakan pelengkap sajian jamu yang lebih modern pula, seperti misalkan pisang goreng (Suwe Ora Jamu), atau kue dengan krim *infused* jamu (Acaraki Jamu), memberikan pengalaman baru bagi konsumen.
12. Kafe jamu modern telah menggunakan bahan kering dalam racikannya untuk menjaga keawetan dan kualitas bahan.
13. Varian menu produk lainnya yang melibatkan kopi dan teh sering ditemukan

14. *Brand* 'jamu modern' menawarkan pengalaman baru meracik jamu sembari menyelipkan unsur edukasi, dilengkapi atribut unik, dan fasilitas cantik.
15. Target pasar menengah ke atas yang disasar brand jamu modern dalam studi kasus ini dirasa merupakan strategi yang tepat agar budaya minum jamu lebih mendapat tempat eksklusif.
16. Salah satu brand studi kasus juga semakin gencar melibatkan anak muda dalam promosinya (bekerja sama dengan Farmasi membuka cabang di Universitas Gadjah Mada).
17. Mulai cukup banyak terlihat brand lain yang mengusung tema jamu modern, baik sebagai minuman ataupun produk dan jasa lain (kelas jamu, perawatan tubuh, dan lainnya). Hal ini dinilai baik dan pertanda jamu semakin diapresiasi oleh masyarakat muda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tanpa Tahun. "ASEAN Ceramics Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product, By Application (Sanitary Ware, Table & Ornamental Ware, Abrasives, Bricks), By End-Use, And Segment Forecasts, 2018 - 2025". Grand View Research. Diakses tanggal 9 Oktober 2022. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/asean-ceramics-market>
- [2] Beers, S. J. 2001. *Jamu: The Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*. Singapura: TUTTLE Publishing.
- [3] Endarto, D. (2012). "Lambang Kerajaan WILWATIKTA (Majapahit)". Wilwatikta Online Museum. Diakses tanggal 11 September 2022.
- [4] Gardjito, M., dkk. (2018). *Jamu: Pusaka Penjaga Kesehatan Bangsa, Asli Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [5] Mubah, A. S. (2011). Strategi Meningkatkan Daya Tahan Budaya Lokal dalam Menghadapi Arus Globalisasi. 24(4), 302–308.
- [6] Putri, D. F., Ritonga, H. M., Murdiati, V., & Zainul, R. (2018). A REVIEW WHAT IS HYDROTHERMAL?.
- [7] Sukini. (2018). *Jamu Gendong: Solusi Sehat Tanpa Obat*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- [8] Suneki, S. (2012). Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, II(1), 307–321.
- [9] Tanudirjo, D. A. (Eds). (2014). *Inspirasi Majapahit*. Yogyakarta: Yayasan Arsari Djojohadikusumo, Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mada, Universitas Udayana, dan Universitas Hasanuddin.
- [10] Tilaar, Martha dan Bernard T. Widjaja. 2015. *The Tale of Jamu: The Green Gold of Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Printer.
- [11] TIM PENYUSUN PUSAT DATA DAN SISTEM INFORMASI. (2020). *STATISTIK EKONOMI KREATIF 2020*. Jakarta Pusat: PUSAT DATA DAN SISTEM INFORMASI KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/ BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF RI
- [12] Widodo, A. (2020). Nilai Budaya Ritual Perang Topat Sebagai Sumber Pembelajaran IPS Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah Dasar. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v5i1.6359>