

MODAL SOSIAL PERAMU JAMU MADURA DALAM MEMBANGUN *TRUST RELATION* DENGAN PELANGGAN

Samsul Muarif¹, Ekna Satriyati²

¹Mahasiswa Sosiologi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura

²Dosen Prodi Sosiologi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura

Email : ekna.satriyati@trunojoyo.ac.id

Abstract - *The making of Madurese herbs by herbalists and passing down the recipes to the next generation builds customer trust. Herbalists are independent and do not cooperate with other parties so that recipes are not copied by competitors. The herbalist also has a way to make the product always sell well in the market and have customers. Social capital is one of the parts that herbalists must have in running a traditional Madurese herbal medicine production business. This paper aims to provide information that social capital is a provision for herbalists to build a good image of their herbal brand. This is done so that the jamu brand can be widely recognized and has high trust (Trust Relationship) from customers to consume the jamu. The research location is in Bangkalan City. This research is a descriptive-analytic qualitative research using the unit of analysis of the community, namely those directly involved as herbalists and their customers. The results of the study are (1) Trust or trust is still one of the important factors for herbalists in running herbal medicine sales businesses in the wider community, (2) Relationships owned by herbalists can be used to establish good relationships in the form of cooperation with various parties needed, (3) Social capital obtained from building relationships and trust can have a positive impact on the sustainability of traditional herbal medicine businesses in Bangkalan.*

Keywords: *Madurese Herbal, Social Capital, Customer, Concoction, Trust Relation*

Abstrak - Pembuatan Jamu Madura oleh peramu jamu dan mewariskan resep ke generasi berikutnya membangun kepercayaan pelanggan. Peramu jamu bersifat independen dan tidak bekerja sama dengan pihak lain agar resep tidak ditiru oleh kompetitor. Peramu juga memiliki cara agar produk selalu laku di pasaran dan memiliki pelanggan. Modal sosial menjadi salah satu bagian yang harus dimiliki peramu jamu dalam menjalankan usaha produksi jamu tradisional Madura. Tulisan ini bertujuan untuk memberikan informasi

bahwa modal sosial menjadi bekal para peramu untuk membangun citra baik terhadap merek jamu miliknya. Hal ini dilakukan agar merek jamu tersebut dapat dikenal secara luas dan memiliki kepercayaan yang tinggi (*Trust Relation*) dari para pelanggan untuk mengonsumsi jamu tersebut. Lokasi penelitian di Kota Bangkalan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analitik dengan menggunakan unit analisis masyarakat yaitu yang terlibat langsung sebagai peramu jamu dan pelanggannya. Hasil penelitian adalah (1) *Trust* atau kepercayaan masih menjadi salah satu faktor penting bagi peramu jamu dalam menjalankan usaha penjualan jamu di masyarakat luas, (2) Relasi yang dimiliki oleh peramu jamu dapat digunakan untuk menjalin hubungan baik berupa kerjasama dengan berbagai pihak yang dibutuhkan, (3) Modal sosial yang didapatkan dari membangun relasi dan kepercayaan dapat memberikan dampak positif bagi keberlangsungan usaha jamu tradisional di Bangkalan.

Kata kunci: Jamu Madura, Modal Sosial, Pelanggan, Peramu, *Trust Relation*.

I. PENDAHULUAN

Jamu adalah produk ramuan bahan alam asli yang digunakan untuk pemeliharaan kesehatan, pencegahan penyakit, pengobatan penyakit, pemulihan kesehatan, kebugaran dan kecantikan (Mudjijono, Herawati, Siti, & Sukari, 2014). Jamu bagi masyarakat Madura adalah salah satu bentuk kearifan lokal di bidang kesehatan. Minum jamu bagi masyarakat Madura adalah sebuah tradisi yang khas. Bahkan tidak jarang masyarakat lebih mementingkan minum jamu daripada berobat ke dokter saat merasakan badan yang kurang sehat. Masyarakat Madura meyakini bahwa dengan meminum jamu dapat memberikan kenyamanan lahir dan batin (Satriyati, 2017). Hal ini dapat dilihat bahwa ramuan jamu Madura memiliki beragam manfaat untuk

kesehatan, perawatan maupun pengobatan, utamanya bagi kaum perempuan Madura.

Jamu Madura memiliki ciri khasnya tersendiri seperti rasa yang pahit dan bau harum aroma khas rempah-rempah. Bahkan jamu Madura tidak hanya dikenal di Jawa Timur tetapi juga ke berbagai wilayah di Indonesia bahkan mancanegara seperti Brunei, Arab Saudi, Hongkong, Malaysia, Singapura, Korea dan Jepang (Mudjijono, Herawati, Siti, & Sukari, 2014). Penggunaan jamu bagi masyarakat Madura tidak hanya sebagai obat untuk menyembuhkan, tapi bisa sebagai ramuan kuat yang membuat tahan lama dalam berhubungan suami istri, seperti jamu perkasa sari rapet dan empot-empot. Selain itu, masyarakat Madura yang terbiasa mengonsumsi jamu percaya bahwa dengan minum jamu dapat menjaga kesehatan terutama bagi masyarakat lanjut usia. Penggunaan jamu bagi masyarakat Madura bermanfaat dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Jamu seolah menjadi sebuah hal yang tidak dapat dipisahkan dari keseharian masyarakat Madura, sehingga jamu Madura saat ini dapat berkembang dengan pesat dan telah di ekspor ke beberapa negara tetangga.

Pembuatan Jamu Madura tidak lepas dari tangan-tangan peramu jamu tradisional yang masih bertahan hingga saat ini. Para peramu jamu ini meneruskan resep keluarga secara turun temurun dengan membuat jamu yang dapat dinikmati sampai sekarang. Mereka telah mewariskan resep ke beberapa generasi dibawahnya untuk menjaga kelestarian jamu Madura dan produk yang mereka produksi. Peramu jamu umumnya bersifat independen dan tidak berkolaborasi atau bekerja sama dengan pihak lain dengan tujuan menjaga kerahasiaan resep agar tidak ditiru ke kompetitor mereka. Para peramu ini selalu memiliki cara agar produk yang diproduksi bisa laku di pasaran dan tetap memiliki pelanggan.

Beberapa peramu jamu di Bangkalan memiliki inovasi dengan membuat varian produk jamu yang dapat dikonsumsi oleh kalangan muda, sehingga peramu jamu dapat memiliki pasar yang lebih luas. Saat ini, proses pembuatan jamu di Bangkalan masih diolah secara manual dengan nilai-nilai tradisional, namun ada juga beberapa peramu yang mengolah dengan mesin khusus yang memang dibuat untuk meningkatkan kuantitas produksi jamu seperti mesin oven dan mesin penggiling. Hal ini dilakukan para peramu untuk menjaga cita rasa jamu tradisional

Madura yang otentik, ciri khas dari masing-masing produk jamu tradisional Madura tersebut menjadi salah satu modal sosial yang penting bagi para peramu jamu.

Modal sosial menjadi salah satu bagian yang harus dimiliki peramu jamu dalam menjalankan usaha produksi jamu tradisional Madura. Modal sosial lebih menekankan pada masyarakat sebagai hasil dari hubungan sosial yang terjalin diantara semua anggota masyarakat (Solikatun & Junarsih, 2018). Modal sosial tersebut menjadi bekal para peramu untuk membangun citra baik terhadap merek jamu miliknya. Hal ini dilakukan agar merek jamu tersebut dapat dikenal secara luas dan memiliki kepercayaan yang tinggi dari para pelanggan untuk mengonsumsi jamu tersebut. Menurut Fukuyama, modal sosial menjadi normal informal antara dua orang atau lebih melalui berbagai hal, seperti trust dan jaringan atau relation (Tazid, 2020). Modal sosial yang dimiliki oleh peramu jamu digunakan untuk dapat mengembangkan produk jamu melalui inovasi yang dibuat dan dapat membangun kepercayaan dari pelanggan mereka.

Modal sosial dari para peramu jamu dapat dikelompokkan sebagai relasi horizontal yang berdasarkan pada asas kepercayaan dan jaringan yang berorientasi pada nilai ekonomi dan produksi (Tazid, 2020). Modal sosial yang berelasi horizontal ini dapat menumbuhkan rasa percaya antara peramu jamu dengan pelanggan dan memperoleh jaringan yang luas sebagai sarana pemasaran produk jamu. Melalui modal sosial ini kemudian para peramu dianggap memiliki kapasitas dan kapabilitas untuk mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan sebagai bentuk memperluas jaringan sosial diantara kedua pihak.

Salah satu bentuk membangun kepercayaan yang dilakukan peramu jamu di Bangkalan adalah dengan mempertahankan resep agar jamu memiliki cita rasa yang autentik, sehingga para pelanggan tetap percaya terhadap produk jamu yang pernah dikonsumsi meskipun peramu jamu tersebut sudah berbeda generasi. Trust menjadi sebuah bagian terpenting yang dimiliki peramu jamu karena dapat menjadi acuan dalam ekonomi. Trust dalam hubungan ekonomi memiliki indikator positif dan negatif, hal ini tergantung pada level high trust atau low trust. Kepercayaan ini akan sangat berpengaruh bagi peramu jamu dalam membangun sebuah jaringan sosial dengan pelanggan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2021). Pendekatan penelitian menggunakan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui modal sosial peramu jamu di Kabupaten Bangkalan dalam membangun trust relation kepada pelanggan. Penggunaan studi kasus dalam penelitian ini untuk melihat sebuah peristiwa yang terjadi secara intensif dengan interaksi sosial yang bersifat alami. Peristiwa yang dimaksud adalah bagaimana peramu jamu memanfaatkan modal sosial mereka dalam membangun kepercayaan kepada pelanggan untuk mendapatkan jaringan sosial yang lebih luas. Studi kasus merupakan strategi yang cocok apabila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan fokus penelitiannya terletak pada fenomena masa kini dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2021). Metode pengumpulan data primer melalui wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi pada saat proses penelitian, sedangkan pengumpulan data sekunder menggunakan referensi secara daring. Teknik pemilihan informan menggunakan metode purposive sampling, yaitu dengan menentukan kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). Informan dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan peneliti, meliputi: peramu jamu pria maupun wanita, berusia 30 – 65 tahun, aktif memproduksi atau meramu jamu selama minimal 5 tahun dan tinggal di Kabupaten Bangkalan

III. PEMBAHASAN

Modal Sosial Peramu Jamu

Modal sosial menjadi salah satu faktor penting bagi peramu jamu terutama dalam memasarkan produk jamunya. Modal sosial menjadi salah satu sumber yang dapat dimanfaatkan bagi masyarakat sebagai upaya bertahan hidup (Solikatur & Junarsih, 2018). Sepeerti halnya yang dilakukan peramu jamu pada masa pandemi Covid-19, banyak dari peramu jamu yang berusaha untuk tetap *survive* ditengah sulitnya perekonomian saat itu. Para peramu tersebut hanya mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan jamu, sehingga pada saat pandemi melanda dan Kabupaten Bangkalan menjalani masa PPKM, beberapa peramu jamu membuat inovasi

dengan memasarkan produk secara daring melalui platform *e-commerce* atau pemesanan via WhatsApp.

Upaya tersebut berjalan sesuai keinginan peramu jamu untuk bisa bertahan pada masa pandemi. Hal ini tidak lepas dari reputasi peramu jamu yang dikenal oleh masyarakat, terlebih pada saat pandemi banyak masyarakat yang mencari obat-obatan herbal untuk mencegah virus Covid-19. Seperti yang telah dituturkan ketiga informan dalam wawancara:

“Kalau pas pandemi itu ya banyak juga pelanggan yang beli jamu mas, karena saya juga mulai jual di WhatsApp jadi pembeli tinggal menghubungi dan jamunya saya siapkan. Alhamdulillah bisa menambah penghasilan walaupun tidak sebanyak sebelum pandemi.” (Dewi, 2022).

“Disini sudah menggunakan penjualan secara online itu sejak tahun 2019 mas, jadi kami ada penjualan melalui WhatsApp dan juga Shopee bahkan pada tahun 2021 kami menggunakan Live Streaming TikTok untuk menjual produk jamu tradisional.” (Safira, 2022).

“Untuk penjualan melalui Shopee saya dibantu sama reseller mas, jadi mereka yang memasarkan dan saya hanya menyediakan jamunya. Jadi ya alhamdulillah bisa beradaptasi dengan era modern saat ini.” (Aan, 2022).

Penjualan jamu secara daring menjadi salah satu cara bagi peramu jamu untuk membangun jaringan sosial dan kepercayaan dari para pelanggan. Penjualan melalui *e-commerce* bagi peramu jamu menjadi sebuah inovasi karena selama ini jamu tradisional hanya dijual di pasar, selain itu dengan penjualan secara daring peramu jamu dapat memenuhi permintaan pelanggan dan menjangkau mereka yang berada di luar Madura. Seperti penuturan ketiga informan dalam sesi wawancara:

“Saya memulai penjualan secara online ini karena ada beberapa pelanggan yang bertanya kok tidak dijual online biar memudahkan. Kemudian saat itu saya langsung kepikiran untuk membuat WhatsApp Bisnis dan juga akun Shopee yang dipegang anak saya. Cuma yang

aktif saat ini hanya WhatsApp Bisnis.” (Dewi, 2022).

“Kalau disini sih awalnya itu ibu saya kepikiran untuk produk jamu ini bisa dijual secara luas mas, jadi kami coba awalnya melalui Shopee dan alhamdulillah laku. Jadi saat ini pelanggan kami ada dari Kalimantan dan Sulawesi, bahkan kami juga punya beberapa reseller diluar Madura.” (Safira, 2022).

“Saya awalnya nggak kepikiran untuk menjual jamu ini secara online mas, karena kondisi saat itu perekonomian menurun dan jangankan membuat jamu, untuk makan saja masih susah. Kemudian ada 2 mahasiswi yang menawarkan diri menjadi reseller di Shopee, awalnya saya iyaikan untuk mencoba apakah dapat membantu menambah penghasilan pada saat pandemi. Ternyata penjualan melalui Shopee tersebut berjalan pesat dan sampai sekarang setiap minggunya saya bisa mengirimkan 5 – 10 paket jamu per minggu.” (Aan, 2022)

Peningkatan penjualan secara daring yang dirasakan peramu jamu menjadi langkah awal untuk terus meningkatkan modal sosial, terutama dalam memberikan kepuasan terhadap pelayanan pelanggan. Melalui hal tersebut, peramu jamu mendapatkan kepercayaan dari pelanggan mereka yang selalu membeli produk jamu yang dijual. Hal ini karena reputasi baik yang telah dibangun secara turun menurun tetap dipertahankan bahkan ditingkatkan menjadi lebih baik. Kepercayaan atau *trust* diberikan oleh para pelanggan tentu karena beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti jamu yang ampuh mengobati penyakit serta cita rasa yang khas. Para peramu juga menuturkan mengenai pelanggan mereka yang memberikan review positif terhadap produk jamu yang dijual, seperti:

“Ya pembeli itu selalu kembali ke saya mas, ada yang satu bulan sekali kesini untuk beli jamu rapet, ada juga yang beli untuk pegal-pegal. Biasanya mereka ada yang menghubungi saya via WhatsApp ada juga yang langsung datang ke saya. Para pembeli ini selalu bilang kalau jamunya cocok dan juga merekomendasikan ke tetangga atau

saudaranya, saya bersyukur kalau jamu saya dapat membantu mereka.” (Dewi, 2022).

“Sebelum pindah kesini untuk tempat produksi, kami memiliki banyak pelanggan mas namun karena jamu ini sudah berbentuk PT jadi penjualan kami fokuskan di tempat pertama agar para pembeli tidak kebingungan. Alhamdulillah juga penjualan kami di Shopee meningkat jadi antara pembeli online dan offline hampir sama, bedanya yang online rata-rata dari luar Madura.” (Safira, 2022).

“Kalau disini pembeli nya ada dari sejak jaman ibu saya yang meramu, ya memang sudah langganan dari dulu jadi saya sudah tau biasanya pesan apa. Bahkan saya pernah ekspor produk jamu ini ke luar negeri waktu itu sebelum pandemi sekitar 1 kontainer, namun sampai sana sebagian rusak karena kelembapan udara. Untungnya pembeli percaya dan mau menunggu untuk diganti produknya yang rusak. Jadi untuk membangun kepercayaan pembeli ini susah gampang mas, karena sekalnya dapat kepercayaan tentu harus dijaga.” (Aan, 2022).

Kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan kepada peramu jamu menjadi modal sosial yang dapat digunakan untuk membangun relasi atau jaringan sosial. Relasi ini dapat dimanfaatkan peramu jamu untuk mengembangkan pemasaran produk jamu secara luas. Para peramu jamu dapat menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai pihak yang dapat memberikan dukungan untuk kemajuan jamu tradisional di Madura. Membangun relasi bagi para peramu jamu dapat berupa mengikuti kegiatan pelatihan atau bergabung dalam sebuah komunitas peramu jamu. Seperti penuturan keempat informan pada sesi wawancara:

“Saya sendiri kalau soal membangun relasi paling ke pelanggan saja mas, jadi bagaimana saya bisa berhubungan baik dengan pelanggan saya yang membuat mereka dapat kembali untuk membeli produk jamu saya. Kalau ke peramu jamu lain nggak pernah mas karena ya saling menjaga rahasia resep masing-masing. Paling ke pemilik toko bahan jamu atau produsen bahan jamu yang biasa menyediakan

bahan-bahan pembuatan jamu. Kalau untuk pelatihan sih pernah waktu itu dari Pemerintah Kabupaten Bangkalan mengadakan pelatihan yang diikuti peramu jamu, tapi setelah itu ya selesai tidak ada kegiatan lagi.” (Dewi, 2022).

“Membangun relasi biasanya sih ke pembeli mas atau ke reseller saya yang membantu memasarkan produk jamu ini, kalau ke sesama peramu jamu jarang sekali paling ya cuma sekedar tahu aja karena kami menjaga betul resep jamu keluarga agar tetap rahasia dan tidak diketahui oleh kompetitor. Kalau mengikuti pelatihan itu yang pernah ibu saya mas, itupun dulu saat ibu masih aktif meramu jamu, sekarang sudah jarang bahkan tidak ada lagi kegiatan seperti itu.” (Safira, 2022).

“Saya jarang sekali kalau berkomunikasi dengan peramu jamu di Bangkalan mas, pernah sekali itu hanya ketemu saat menyebrang dari Surabaya menggunakan kapal dan ya cuma cerita-cerita aja. Kalau ke pelanggan ya alhamdulillah memiliki hubungan baik, ada yang dari jauh sering kesini untuk beli jamu juga, banyak kalau pembeli mas. Kalau untuk pelatihan gitu saya nggak pernah mengikuti karena saya ini kan peramu jamu di pelosok desa jadi mungkin nggak ada yang tahu dari pemerintah terkait.” (Muthmainnah, 2022).

“Kalau untuk relasi sih saya lebih sering sama yang bantu-bantu disini mas, ada mahasiswa juga yang membantu saya dulu sebelum pandemi jadi ikut membantu produksi. Terus ya sama reseller saya sekarang yang membantu menjual jamu di Shopee. Untuk pelatihan gitu saya kurang tahu ya mas, paling ya nyonya yang pernah ikut sama ibu saya.” (Aan, 2022).

Berdasarkan pemaparan informan diatas, dapat diketahui bahwa peramu jamu mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya dengan tujuan untuk dapat memperluas jaringan sosial dan memiliki hubungan baik dengan para pelanggan. Kepercayaan dan jaringan tersebut tentu menjadi modal sosial bagi peramu jamu untuk terus melakukan inovasi dan memproduksi jamu tradisional Madura agar dikenal oleh masyarakat

luas. Hal ini karena modal sosial merupakan kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum pada sebuah masyarakat terhadap seseorang ataupun bagian lain dalam struktur masyarakat (Fukuyama, 2002).

Trust bagi Peramu Jamu

Trust atau kepercayaan masih menjadi salah satu faktor penting bagi peramu jamu dalam menjalankan usaha penjualan jamu di masyarakat luas. Kepercayaan pelanggan yang didapatkan peramu jamu menjadi sebuah reputasi tersendiri yang dapat menunjukkan kelas bagi peramu jamu. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap peramu jamu maka semakin populer juga produk dari peramu jamu tersebut, dengan naiknya kepercayaan masyarakat terhadap produk jamu dapat menjadi sebuah peluang bagi para peramu untuk membuat inovasi pengobatan herbal yang bisa dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat.

Kepercayaan ini juga dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian produk jamu secara berulang kali, seperti beberapa penuturan peramu jamu yang memiliki pelanggan tetap dan selalu membeli produk yang sama. Hal ini karena reputasi dari produk jamu tersebut yang memiliki citra positif walaupun pembuat jamunya sudah berganti generasi. Cara peramu jamu dalam mempertahankan resep secara turun temurun juga menjadi nilai lebih untuk menjaga produk jamu mereka memiliki cita rasa autentik yang khas dan mudah dikenal oleh banyak orang, sehingga tidak jarang beberapa peramu jamu saat ini memiliki ratusan pelanggan bahkan dari luar daerah. Para pelanggan tersebut merasa lebih sehat dan bugar setelah mengonsumsi jamu yang diracik secara langsung oleh peramu jamu.

Mempertahankan resep keluarga secara turun temurun bukan berarti tanpa melakukan inovasi dalam memproduksi jamu. Saat ini beberapa peramu jamu telah mengembangkan inovasi produk jamu yang bisa dikonsumsi oleh kalangan remaja dengan manfaat mencerahkan wajah dan menghilangkan jerawat. Hal ini tentu menjadi sebuah fenomena positif bagi peramu jamu karena mayoritas pelanggan mereka adalah kalangan lanjut usia yang membutuhkan jamu untuk menjaga kesehatan tubuh. Melalui inovasi tersebut, peramu jamu dapat menjangkau kalangan remaja untuk mau minum jamu sebagai pengobatan herbal alami, selain itu mereka juga dapat melestarikan budaya minum jamu

agar terus lestari dan dikenal sebagai tradisi Masyarakat Madura.

Relation bagi Peramu Jamu

Membangun relasi atau jaringan bagi peramu jamu tidak kalah penting dari mendapatkan kepercayaan pelanggan. Relasi dan kepercayaan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan dalam modal sosial, kedua hal tersebut sangat penting dan saling berkaitan agar memiliki modal sosial yang mencukupi. Relasi atau jaringan adalah sebuah hal dasar yang wajib dimiliki oleh pengusaha untuk dapat menyebarkan produk mereka secara luas, salah satunya peramu jamu yang memiliki ratusan pelanggan dari berbagai wilayah. Untuk mendapatkan pelanggan mencapai ratusan tersebut tentu membutuhkan usaha agar dikenal oleh masyarakat secara luas dan juga memiliki reputasi yang baik sebagai peramu jamu.

Terciptanya relasi antara peramu jamu dengan pelanggan membuat mereka memiliki hubungan baik yang terjaga, bukan saja hubungan dalam bidang ekonomi tapi juga hubungan yang saling membutuhkan. Relasi yang dimiliki oleh peramu jamu dapat digunakan untuk menjalin hubungan baik berupa kerjasama dengan berbagai pihak yang dibutuhkan. Seperti halnya dalam pengembangan produk dan juga sertifikasi layak konsumsi yang membutuhkan berbagai pihak didalamnya. Hubungan yang terjalin menjadi modal bagi pengusaha jamu untuk melebarkan sayap bisnisnya agar dikenal secara luas. Terciptanya sebuah hubungan tersebut biasanya terjadi karena proses interaksi jual beli antara peramu jamu dengan pelanggan, melalui proses tersebut para pelanggan dapat memberikan penilaian positif terkait produk jamu yang dikonsumsi dan kemudian menyebar secara luas ke masyarakat melalui mulut ke mulut.

Membangun Modal Sosial

Membangun modal sosial bagi seorang pengusaha dibutuhkan waktu yang cukup panjang. Modal sosial menjadi sebuah jaminan bahwa seseorang memiliki kapasitas dan kapabilitas dalam melakukan sesuatu, seperti peramu jamu yang memiliki kapasitas dalam mengolah bahan herbal menjadi produk jamu yang dapat menyembuhkan pelanggannya. Modal sosial terbagi ke dalam beberapa aspek, salah satunya relasi dan kepercayaan yang menjadi dasar dalam pembentukan modal sosial. Relasi dan kepercayaan

adalah dua hal yang saling berkaitan dalam membentuk citra dari seseorang.

Relasi menjadi ikatan antara seseorang dengan individu maupun kelompok dalam membangun jaringan atau hubungan sosial, seperti peramu jamu dengan para pelanggan atau *stakeholder* yang berkecimpung di bidang kesehatan. Relasi tersebut bermanfaat untuk menjembatani kebutuhan yang diperlukan oleh peramu jamu sebagai pelaku usaha. Para peramu jamu dalam penelitian ini telah menjalin relasi dengan para pelanggan mereka, bahkan pelanggan yang berasal dari luar Madura. Hal ini menunjukkan bahwa relasi menjadi pondasi awal bagi peramu jamu dalam menciptakan modal sosial miliknya.

Kepercayaan atau *trust* juga menjadi faktor penting dalam pembentukan modal sosial setelah relasi. Kepercayaan bagi peramu jamu adalah nilai yang tinggi karena dengan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan akan membuat peramu jamu lebih percaya diri dalam membuat dan memasarkan produk jamunya. Para peramu jamu percaya bahwa kepercayaan yang diberikan pelanggan harus dimanfaatkan dan dijaga dengan baik, karena kepercayaan tersebut tidak dapat diberikan untuk kedua kalinya. Upaya pembentukan modal sosial melalui kepercayaan terbukti efektif karena melalui kepercayaan tersebut para peramu jamu dapat memiliki banyak pelanggan. Para peramu jamu tersebut melakukan berbagai cara agar terus dipercaya dalam mengobati keluhan pelanggan mereka, seperti mempertahankan resep dan cita rasa produk, melakukan modernisasi penjualan, membuat produk yang higienis dan melakukan riset serta inovasi pengembangan produk.

Membangun kepercayaan dan jaringan oleh peramu jamu terus dilakukan sampai saat ini untuk meningkatkan penjualan produk jamu kepada masyarakat. Modal sosial yang didapatkan dari membangun relasi dan kepercayaan dapat memberikan dampak positif bagi keberlangsungan usaha jamu tradisional di Bangkalan. Hal ini karena jamu sebagai salah satu budaya masyarakat Madura perlu dijaga dan dikenalkan secara luas,

IV. SIMPULAN

Jamu bagi masyarakat Madura adalah bagian dari tradisi dalam kehidupan mereka, masyarakat Madura percaya bahwa meminum jamu dapat meningkatkan kesehatan badan dan memberikan

kesembuhan. Minum jamu bagi masyarakat Madura sama halnya dengan berobat ke dokter, bahkan sebagian masyarakat hanya ingin minum jamu untuk membantu mengobati sakit yang dialami. Popularitas jamu di Madura memang lebih dikenal oleh masyarakat luas sebagai pengobatan herbal yang efektif. Pembuatan jamu tradisional Madura tidak lepas dari peran peramu jamu yang telah membuat produk jamu selama bertahun-tahun. Para peramu tersebut memiliki ciri dan resep masing-masing yang masih terjaga dan dilanjutkan oleh generasi berikutnya.

Memproduksi dan memasarkan jamu saat ini diperlukan modal sosial yang harus dimiliki oleh peramu jamu. Modal sosial tersebut berupa kepercayaan dan jaringan yang harus dimiliki untuk membangun citra yang baik pada masyarakat. Kepercayaan dan jaringan menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena keduanya memiliki fungsi dalam membangun modal sosial bagi peramu jamu. Kepercayaan muncul dari masyarakat atau pelanggan yang pernah mengonsumsi jamu dan mendapatkan manfaat setelah mengonsumsi jamu tersebut. Kepercayaan tersebut sangat penting bagi peramu jamu dalam menjual produknya secara luas karena telah dikenal akan manfaat dan khasiatnya.

Disisi lain, relasi juga menjadi faktor penting dalam membangun modal sosial. Relasi atau jaringan sosial diperlukan bagi peramu jamu dalam mengembangkan bisnis jamu secara luas. Relasi yang dimiliki peramu jamu didapat dari para pelanggan yang selalu membeli produk jamu, relasi tersebut membuat para peramu jamu memiliki banyak pelanggan dari luar wilayah. Membangun modal sosial bagi peramu jamu memang memerlukan proses yang tidak singkat, dalam membangun kepercayaan dan relasi juga membutuhkan jam terbang yang tinggi agar masyarakat menilai bahwa peramu jamu tersebut memiliki kemampuan dan kapasitas dalam meracik jamu sebagai sarana pengobatan herbal. Modal sosial akan terus terjaga walaupun peramu jamu telah berganti generasi karena reputasi yang dibangun akan diturunkan ke generasi berikutnya, sehingga modal sosial yang dimiliki peramu jamu akan terus menjadi penilaian terhadap mereka.

REFERENSI

- Aan. (2022, November 1). Wawancara Peramu Jamu. (S. Muarif, Interviewer)
- Dewi. (2022, October 9). Wawancara Peramu Jamu. (S. Muarif, Interviewer)
- Fukuyama, F. (2002). *Trust: Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Qalam.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mudjijono, Herawati, I., Siti, M., & Sukari. (2014). *Kearifan Lokal Orang Madura Tentang Jamu Untuk Kesehatan Ibu Dan Anak*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya.
- Muthmainnah. (2022, Oktober 16). Wawancara Peramu Jamu. (S. Muarif, Interviewer)
- Safira. (2022, October 9). Wawancara Peramu Jamu. (S. Muarif, Interviewer)
- Satriyati, E. (2017). *Baras, Sake da Manyamanagih (Sehat, sakit dan Kenyamanan): Kajian Etnomedisin Jamu di bangkalan Madura*. 2017: Universitas Gadjah Mada.
- Solikaton, & Junarsih, N. (2018). *Modal Sosial Sebagai Strategi Bertahan Hidup Masyarakat Desa Maria, Kecamatan Wawo, Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat*. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 7(2), 262-273.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tazid, A. (2020). *Interelasi Disiplin Ilmu Sosiologi Catatan Kunci dan Ikhtisar Teoritik*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Yin, R. K. (2021). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. (M. D. Mudzakir, Trans.) Depok: PT Rajagrafindo Persada.