

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Responden

Penulis telah membagikan kuesioner yang telah diisi oleh 25 responden di Surabaya dengan rentan usia 17-25 tahun, dengan jumlah responden laki-laki berjumlah 14 orang dan perempuan 11 orang.

4.1.2 Indikator Ketertarikan

Hasil kuesioner yang diberikan kepada responden (N) dengan jumlah 25 sebagai berikut :

Tabel 4.1 Ketertarikan

Deskripsi Statis					
Kode	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
KT1	25	1.00	5.00	3.3600	.99499
KT2	25	1.00	4.00	2.2400	.72342
KT3	25	1.00	4.00	2.0800	.86217
KT4	25	1.00	4.00	2.5200	.77028
KT5	25	1.00	4.00	2.4400	.96090

Pada **tabel 4.1** dari analisis deskriptif di atas, dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki rentang nilai minimum dan maksimum yang hampir sama, namun nilai rata-rata dan standar deviasinya berbeda. Nilai minimum yang dimiliki setiap variabel sama yaitu 1, sedangkan nilai maksimum setiap variabel sama yaitu 4 kecuali KT1 yaitu 5. Rata-rata KT1 sebesar 3.3600 (3.4) lebih besar daripada item pertanyaan lainnya, Menunjukkan hasil bahwa generasi muda cukup tertarik pada minuman tradisional.

4.1.3 Indikator Keinginan

Hasil kuesioner yang diberikan kepada responden atau N dengan jumlah 25 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Keinginan

Deskripsi Statis					
Kode	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
KI1	25	1.00	4.00	2.3600	.86023
KI2	25	1.00	5.00	3.4000	1.38444
KI3	25	1.00	5.00	3.6400	1.15036
KI4	25	1.00	5.00	3.1200	.88129
KI5	25	1.00	5.00	4.0000	1.04083

Pada **tabel 4.2** dari analisis deskriptif di atas, dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan memiliki rentang nilai minimum dan maksimum yang hampir sama, namun nilai rata-rata dan standar deviasinya berbeda. Nilai minimum yang dimiliki setiap item pertanyaan sama yaitu 1, sedangkan nilai maksimum yang dimiliki setiap item pertanyaan sama yaitu 5 kecuali KI1 yaitu 4. Rata-rata KI5 sebesar 4.0000 (4) lebih dominan daripada item pertanyaan lainnya. Artinya indikator keinginan dengan item pertanyaan KI5 memiliki hasil setuju mengonsumsi minuman tradisional karena khasiatnya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Ketertarikan Generasi Muda Terhadap Minuman Tradisional.

Berdasarkan hasil dari **Tabel 4.1**, bahwa generasi muda mengetahui dan bahkan sebagian besar pernah mengonsumsi minuman tradisional seperti wedang uwuh, STMJ, dan lain-lain. Akan tetapi ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketertarikan generasi muda misalnya jarang terjualnya minuman tradisional di pasaran dan proses pembuatan yang ribet dan memakan waktu menjadi faktor yang menghambat ketertarikan generasi muda terhadap minuman tradisional. Hal ini juga didukung oleh Jonni, Mujadi, & Sawir, (2021) yang menyatakan bahwa pentingnya untuk mempromosikan dan menumbuhkan apresiasi yang lebih dalam untuk pemanfaatan dan manipulasi tanaman obat dalam lingkungan masyarakat yang lebih luas.

4.2.2 Keinginan Generasi Muda Terhadap Minuman Tradisional

Pada **Tabel 4.2** juga menunjukkan bahwa generasi muda mayoritas menginginkan minuman tradisional karena mereka tahu bahwa minuman tradisional memiliki manfaat yang baik bagi tubuh. Selain itu ternyata orang tua juga menjadi peranan penting karena sebagian besar dari orang tua responden diatas masih menyarankan mereka untuk mengonsumsi minuman tradisional, dengan tujuan manfaat dari bahan-bahan alami untuk menyehatkan tubuh.

Hal ini didukung oleh Nabila, Widya,& Nasywa, (2021) bahwa Jamu D'PAWON memiliki potensi besar untuk menarik perhatian banyak orang, terutama generasi millennial, karena jamu yang biasanya dianggap kuno dikemas ulang dengan cara yang modern dan unik. Seorang responden menyebutkan bahwa inovasi D'PAWON adalah sebuah keunggulan karena jarang ada yang mencoba berinovasi dengan jamu. Selain menghadirkan kemasan yang bervariasi, penggunaan bahan-bahan alami dalam pembuatannya juga menjadi nilai tambah dari inovasi D'PAWON. Jika promosi dilakukan dengan serius dan tepat sasaran, D'PAWON berpeluang untuk bersaing dengan produk jamu tradisional lainnya. Namun, kekurangan yang sering disebutkan adalah konten poster yang tidak cukup jelas dalam menjelaskan inovasi D'PAWON. Responden menyarankan bahwa penggunaan gambar asli produk akan lebih menarik perhatian daripada penggambaran atau logo jamu dalam poster (Iznaini *et al.*, 2021) .