



DOI: <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Strategi Pemasaran Jahe Merah Berbasis Penta Helix Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Herbal di Jabodetabek

Muphimin Muphimin¹, Delila Rambe²

¹Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Jakarta Selatan, Indonesia,

muphimin1975@gmail.com

² Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Jakarta Selatan, Indonesia, lila_rambe@yahoo.com

Corresponding Author: muphimin1975@gmail.com¹

Abstract: *The herbal medicine industry is a sector that produces and markets traditional medicines made from natural ingredients, which have been used for generations in Indonesia. With increasing public awareness of natural health, this industry continues to grow through innovation, research, and government regulatory support. This study aims to determine the synergy of pentahelix in the development of the Ginger Herbal Industry in Jabodetabek. The method used in this study is the pentahelix method with eight informants from various fields. The results of this study indicate that academics can support marketing strategies and increase sales of the herbal industry through science-based research. The government makes regulations to support the development of the herbal industry and protect producers and consumers. Communities can increase market awareness and demand through education and preservation of herbal culture. Business people develop innovative marketing strategies by utilizing government research and policies. Media disseminate information about the benefits, safety, and innovation of herbal products to increase consumer confidence. The conclusion of this study is that the herbal industry develops through the synergy of academics, government, communities, business people, and the media that contribute to research, regulation, education, marketing strategies, and dissemination of information to increase competitiveness and consumer confidence.*

Keywords: *Herbal Industry, Pentahelix, Academics, Government, Community, Businessmen, Media*

Abstrak: Industri herbal jamu merupakan sektor yang memproduksi dan memasarkan obat tradisional berbahan alami, yang telah digunakan secara turun-temurun di Indonesia. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan alami, industri ini terus berkembang melalui inovasi, penelitian, dan dukungan regulasi pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sinergitas pentahelix dalam pengembangan Industri Herbal Jahe di Jabodetabek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pentahelix dengan delapan jumlah informan dari berbagai bidang. Hasil penelitian ini menunjukkan akademisi, dapat mendukung strategi pemasaran dan peningkatan penjualan industri herbal melalui penelitian berbasis sains. Pemerintah, membuat regulasi untuk mendukung perkembangan industri herbal dan melindungi produsen serta konsumen. Komunitas, dapat meningkatkan kesadaran dan permintaan pasar melalui edukasi serta pelestarian budaya jamu. Pebisnis, mengembangkan

strategi pemasaran inovatif dengan memanfaatkan riset dan kebijakan pemerintah. Media, menyebarluaskan informasi tentang manfaat, keamanan, dan inovasi produk herbal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu industri herbal berkembang melalui sinergi akademisi, pemerintah, komunitas, pebisnis, dan media yang berkontribusi dalam penelitian, regulasi, edukasi, strategi pemasaran, dan penyebaran informasi untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Industri Herbal, Pentahelix, Akademisi, Pemerintah, Komunitas, Pebisnis, Media

PENDAHULUAN

Industri herbal telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pengobatan alami serta kekayaan sumber daya alam yang tersedia. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan keanekaragaman hayati terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam industri ini.

Sejak zaman dahulu, penggunaan tanaman obat telah menjadi bagian dari budaya dan tradisi masyarakat Indonesia. Relief Candi Borobudur menunjukkan bahwa pemanfaatan herbal untuk pengobatan telah dikenal sejak abad ke-9 (Rahma, 2019). Selain itu, naskah kuno dari Bali yang ditulis antara tahun 991 hingga 1016 juga mencatat berbagai resep tanaman obat yang digunakan dalam pengobatan tradisional (Suryani, 2020).

Meningkatnya tren gaya hidup sehat dan konsep "*back to nature*" turut mendorong pertumbuhan industri herbal. Banyak masyarakat yang mulai beralih ke obat-obatan berbasis bahan alami karena dinilai lebih aman dan memiliki efek samping yang lebih rendah dibandingkan obat modern (Wijaya, 2018). Faktor ekonomi juga berperan, karena harga obat herbal umumnya lebih terjangkau dibandingkan dengan obat-obatan konvensional.

Pemerintah Indonesia juga telah memberikan perhatian khusus terhadap industri herbal melalui Kebijakan Obat Tradisional Nasional (KOTRANAS) yang dikeluarkan pada tahun 2007. Kebijakan ini bertujuan untuk mendorong pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan, meningkatkan daya saing produk herbal lokal, serta menjadikan obat tradisional sebagai bagian dari komoditas unggulan nasional (Kementerian Kesehatan, 2007).

Dengan dukungan dari berbagai pihak, industri herbal di Indonesia memiliki peluang besar untuk terus berkembang. Kombinasi antara kekayaan alam, warisan budaya, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta kebijakan pemerintah menjadikan industri ini sebagai sektor strategis yang berpotensi memberikan manfaat ekonomi dan kesehatan bagi masyarakat luas.

Strategi pemasaran merupakan salah satu elemen penting dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing serta memperluas pangsa pasar. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif agar dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat (Kotler & Keller, 2019).

Perkembangan teknologi telah mengubah lanskap pemasaran secara signifikan. Dulu, pemasaran lebih banyak dilakukan melalui media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Namun, dengan hadirnya internet dan media sosial, perusahaan kini memiliki lebih banyak opsi untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien (Chaffey & Smith, 2021). Digital marketing, seperti pemasaran melalui media sosial, email marketing, dan search engine optimization (SEO), telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran modern.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor utama dalam perumusan strategi pemasaran. Konsumen saat ini cenderung lebih selektif dan kritis dalam memilih produk atau layanan yang mereka gunakan (Solomon, 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan serta menciptakan nilai tambah yang dapat meningkatkan loyalitas mereka. Pendekatan berbasis data dan customer relationship

management (CRM) menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan untuk memahami dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

Pemerintah dan regulasi juga berperan dalam membentuk strategi pemasaran perusahaan. Kebijakan mengenai perlindungan konsumen, persaingan usaha, serta regulasi iklan dan promosi menjadi faktor yang harus diperhitungkan dalam perencanaan pemasaran (Lamb, Hair, & McDaniel, 2018). Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar dapat beroperasi secara legal dan etis.

Dengan adanya berbagai tantangan dan peluang dalam dunia pemasaran, perusahaan harus terus berinovasi dan menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan di pasar. Kombinasi antara teknologi, pemahaman terhadap konsumen, dan kepatuhan terhadap regulasi menjadi kunci utama dalam menciptakan strategi pemasaran yang sukses dan berkelanjutan.

Strategi Pentahelix merupakan pendekatan kolaboratif yang melibatkan lima pilar utama dalam pembangunan, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Pendekatan ini muncul sebagai respons terhadap kompleksitas tantangan pembangunan yang memerlukan sinergi dari berbagai sektor untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif.

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, strategi pembangunan yang hanya bertumpu pada satu sektor tidak lagi efektif (Carayannis & Campbell, 2012). Pemerintah sebagai regulator membutuhkan dukungan dari akademisi dalam hal riset dan inovasi, dunia bisnis dalam implementasi, komunitas sebagai penerima manfaat, serta media sebagai sarana penyebaran informasi. Kolaborasi antara kelima elemen ini diyakini dapat mempercepat pencapaian tujuan pembangunan dan meningkatkan daya saing suatu negara atau daerah.

Penerapan strategi Pentahelix telah banyak digunakan dalam berbagai bidang, termasuk pembangunan ekonomi, pariwisata, pendidikan, serta inovasi teknologi (Agranoff, 2006). Misalnya, dalam pengembangan ekonomi kreatif, akademisi berperan dalam menyediakan riset dan pendidikan, pelaku bisnis menciptakan produk dan layanan inovatif, pemerintah mendukung dengan kebijakan yang kondusif, komunitas berpartisipasi dalam pengembangan ide dan budaya lokal, serta media membantu dalam promosi dan komunikasi publik.

Keberhasilan strategi Pentahelix sangat bergantung pada sinergi yang kuat antar pemangku kepentingan. Tanpa koordinasi yang baik, kolaborasi ini dapat menghadapi berbagai tantangan, seperti perbedaan kepentingan, kurangnya sumber daya, serta kendala birokrasi (Rodriguez-Pose & Wilkie, 2017). Oleh karena itu, diperlukan mekanisme yang jelas dalam mengelola kemitraan lintas sektor agar strategi ini dapat berjalan secara optimal.

Maka semakin kompleksnya tantangan global dan tuntutan akan pembangunan yang berkelanjutan, strategi Pentahelix menjadi salah satu solusi yang dapat mendorong inovasi, inklusivitas, serta pertumbuhan yang berbasis kolaborasi. Implementasi yang baik dari pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan mendorong perkembangan di berbagai sektor.

Salah satu permasalahan utama dalam strategi pemasaran jahe merah adalah kurangnya sinergi antara pemangku kepentingan dalam model Penta Helix, yang mencakup pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Meskipun berbagai pihak telah berperan dalam pengembangan industri herbal, koordinasi yang tidak optimal menyebabkan inefisiensi dalam rantai pasok, distribusi, serta pemasaran produk berbasis jahe merah.

Permasalahan lainnya adalah kurangnya inovasi dalam pengolahan dan pemasaran produk. Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang masih menggunakan metode tradisional dalam memasarkan jahe merah, sehingga produk mereka sulit bersaing dengan produk herbal impor yang lebih terstandarisasi dan memiliki strategi branding yang lebih kuat. Selain itu, masih banyak produk jahe merah yang belum memenuhi standar keamanan dan sertifikasi, seperti BPOM dan SNI, sehingga sulit menembus pasar yang lebih luas, termasuk ekspor.

Dari sisi akademisi, penelitian mengenai pengembangan produk berbasis jahe merah masih terbatas, terutama dalam menciptakan formulasi inovatif yang dapat meningkatkan nilai tambah produk. Sementara itu, pemerintah belum sepenuhnya memberikan dukungan dalam bentuk kebijakan yang mendorong industri jahe merah, baik dalam hal insentif, subsidi, maupun kemudahan regulasi.

Komunitas petani jahe merah juga menghadapi kendala dalam produksi, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi pertanian modern, modal usaha, serta infrastruktur distribusi yang masih kurang memadai. Media sebagai pilar dalam strategi Penta Helix juga belum dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan edukasi mengenai manfaat jahe merah.

Dengan adanya berbagai permasalahan tersebut, diperlukan upaya kolaboratif berbasis strategi Penta Helix untuk meningkatkan daya saing industri jahe merah. Sinergi antara pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media harus diperkuat untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri herbal berbasis jahe merah secara berkelanjutan.

METODE

Kolaborasi Penta Helix ABCGM dalam meningkatkan daya saing industri herbal, khususnya jahe merah, diteliti dengan pendekatan kualitatif untuk memahami peran masing-masing pihak dalam memperkuat strategi pemasaran (Creswell, 2016; Wulandari et al., 2020). Pendekatan ini bertujuan menganalisis kontribusi Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media dalam pemasaran jahe merah, serta mengidentifikasi hambatan dan solusi yang dapat diterapkan. Data yang diperoleh digunakan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing industri herbal baik di pasar nasional maupun internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pentahelix

Penta helix adalah pengembangan dari konsep *triple helix* dan *quadruplehelix*, yang secara etimologi menggabungkan kata "*penta*" yang berarti lima, dan "*helix*" yang berarti jalinan. Konsep *Penta-Helix* yang bersinergi melibatkan berbagai aktor sesuai dengan bidangnya. Model ini dikenal dengan konsep ABCGM, yang terdiri dari *Academician* (akademisi), *Business* (bisnis), *Community* (masyarakat), *Government* (pemerintah), dan *Media* (media). Keberhasilan inovasi dalam konsep ini sangat bergantung pada adanya sinergi yang kuat dan komitmen dari para pemangku kepentingan dalam implementasinya. Model Penta-Helix memiliki manfaat yang signifikan dalam mengelola kompleksitas berdasarkan peran aktor yang terlibat (Li et al., 2023).

Model Pentahelix merupakan suatu pendekatan yang mengintegrasikan lima sektor utama, yaitu akademisi, dunia usaha, pemerintah, masyarakat, dan media (Heryadi, 2022). Kerangka kerja ini bertujuan untuk memperkuat kolaborasi antar sektor guna meningkatkan efektivitas pelaksanaan suatu program atau proyek. Melalui kerja sama ini, setiap pihak dapat berbagi pengetahuan, sumber daya, serta keahlian untuk mencapai tujuan bersama. Sementara itu, dalam penelitian Rahmat Hidayat (2019), model Pentahelix dijelaskan sebagai bentuk interaksi yang selaras antara lima sektor tersebut dalam upaya mencapai pembangunan berkelanjutan (Septadiani et al., 2022). Peran media dalam model ini dianggap krusial sebagai penghubung yang memastikan informasi dan komunikasi antara pemerintah, akademisi, dunia usaha, serta masyarakat dapat tersampaikan dengan baik dan menjangkau khalayak luas.

Model Pentahelix menjadi dasar bagi terbentuknya ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan (Pugra, 2021). Keberhasilan penerapan konsep ini bergantung pada sinergi antara seluruh pihak yang terlibat, di mana akademisi berkontribusi dalam penelitian dan

pengembangan ilmu, dunia usaha menyediakan modal dan keahlian, pemerintah bertindak sebagai regulator, masyarakat berperan sebagai pengguna sekaligus peserta aktif, dan media mendukung dengan menyebarkan informasi serta meningkatkan kesadaran publik.

Industri Herbal

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1076/MENKES/SK/VII/2003, pengobatan tradisional merupakan metode pengobatan dan perawatan yang memanfaatkan teknik, bahan, serta tenaga pengobatan berdasarkan pengalaman turun-temurun, keterampilan, atau pendidikan dan pelatihan. Pengobatan ini dilakukan dengan tetap mengikuti norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Berdasarkan pendapat Zulkifli (2014), tujuan utama pengobatan tradisional adalah meningkatkan pemanfaatan pengobatan tradisional, baik secara mandiri maupun sebagai bagian dari sistem layanan kesehatan menyeluruh. Dengan demikian, pengobatan tradisional menjadi pilihan alternatif yang lebih diminati oleh masyarakat, sehingga tenaga kesehatan perlu memahami dan, jika memungkinkan, mengintegrasikan metode ini ke dalam layanan kesehatan.

Gambaran Umum Industri Herbal Jamu Di Jabodetabek

Industri herbal jamu di Jabodetabek mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan gaya hidup alami. Jamu, sebagai warisan budaya Indonesia, telah lama digunakan sebagai bagian dari pengobatan tradisional dan kini semakin diminati baik di pasar lokal maupun internasional. Jabodetabek, sebagai pusat ekonomi dan perdagangan, memiliki peran penting dalam perkembangan industri jamu. Banyak perusahaan jamu berkembang di wilayah ini, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Beberapa merek jamu ternama berbasis di Jabodetabek telah mampu bersaing di pasar global. Selain itu, kemajuan teknologi turut mendorong inovasi dalam pengolahan dan pemasaran jamu, terutama dengan adanya digitalisasi dan e-commerce yang memperluas jangkauan pasar.

Meskipun industri jamu di Jabodetabek memiliki prospek yang cerah, berbagai tantangan masih dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah regulasi dan standarisasi, di mana masih banyak produk jamu yang belum memenuhi standar BPOM dan SNI, sehingga mengalami kesulitan dalam pemasaran. Selain itu, persaingan dengan produk obat-obatan modern juga menjadi kendala, karena sebagian masyarakat masih meragukan efektivitas jamu dibandingkan dengan obat-obatan berbasis kimia. Kurangnya edukasi mengenai manfaat dan cara konsumsi jamu yang tepat juga menjadi faktor yang memperlambat pertumbuhan industri ini. Di sisi lain, kendala dalam ketersediaan bahan baku, terutama dalam hal distribusi dan keberlanjutan produksi, juga menjadi perhatian utama bagi para pelaku industri.

Untuk meningkatkan daya saing industri jamu di Jabodetabek, berbagai strategi pengembangan perlu diterapkan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah inovasi produk, seperti pengembangan jamu dalam bentuk yang lebih modern, misalnya kapsul, teh herbal, dan minuman siap saji yang lebih praktis dikonsumsi. Penerapan standarisasi juga harus diperkuat dengan memastikan setiap produk herbal memiliki izin dan sertifikasi yang diperlukan agar dapat bersaing di pasar domestik maupun ekspor. Selain itu, pemanfaatan digital marketing melalui platform media sosial dan e-commerce sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran serta daya tarik konsumen terhadap produk jamu.

Potensi Industri Herbal Jamu Di Jabodetabek

Industri herbal jamu di Jabodetabek memiliki potensi yang besar seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan dan penggunaan bahan alami dalam pengobatan. Sebagai pusat ekonomi dan perdagangan di Indonesia, Jabodetabek menjadi lokasi strategis bagi berkembangnya industri jamu, baik dalam skala kecil, menengah,

maupun besar. Permintaan pasar terhadap produk herbal terus meningkat, terutama dengan berkembangnya gaya hidup sehat dan tren kembali ke pengobatan alami yang semakin diminati oleh masyarakat modern.

Jabodetabek juga menjadi pusat distribusi utama bagi berbagai produk herbal, baik untuk konsumsi domestik maupun ekspor. Banyak perusahaan jamu ternama yang berbasis di wilayah ini telah berhasil menembus pasar global, menunjukkan bahwa potensi industri herbal di Jabodetabek sangat menjanjikan. Selain itu, inovasi dalam pengolahan dan pemasaran semakin berkembang, termasuk pemanfaatan teknologi digital dan e-commerce yang membantu produsen jamu menjangkau konsumen lebih luas.

Dukungan dari pemerintah dalam bentuk regulasi dan sertifikasi juga turut memperkuat industri ini. Penerapan standar keamanan seperti BPOM dan SNI membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk jamu. Selain itu, adanya program-program pengembangan UMKM dan kerja sama dengan berbagai institusi akademik mendorong riset dan inovasi dalam industri herbal.

Namun, meskipun memiliki potensi besar, industri herbal jamu di Jabodetabek masih menghadapi beberapa tantangan, seperti persaingan dengan produk farmasi modern, kurangnya edukasi masyarakat tentang manfaat jamu, serta ketersediaan bahan baku yang bergantung pada kondisi pertanian. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif dalam pengembangan industri ini, termasuk peningkatan inovasi produk, penguatan rantai pasok, serta promosi yang lebih masif melalui media digital.

Dengan kombinasi antara inovasi, regulasi yang baik, dan dukungan dari berbagai pihak dalam model Penta Helix, industri herbal jamu di Jabodetabek memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan berkontribusi dalam perekonomian nasional. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media menjadi kunci utama dalam mengoptimalkan potensi industri herbal jamu sebagai salah satu sektor unggulan Indonesia.

Hambatan Industri Herbal Jamu Di Jabodetabek

Industri herbal jamu di Jabodetabek menghadapi berbagai hambatan yang menghambat pertumbuhan dan daya saingnya. Salah satu tantangan utama adalah regulasi dan standarisasi produk. Banyak pelaku usaha jamu, terutama yang berskala kecil dan menengah, masih menghadapi kendala dalam memperoleh sertifikasi dari BPOM dan SNI. Proses perizinan yang panjang dan biaya yang cukup tinggi menjadi faktor utama yang menyulitkan mereka untuk mendapatkan legalitas resmi bagi produk herbal mereka.

Selain regulasi, persaingan dengan obat-obatan modern juga menjadi tantangan signifikan. Meskipun jamu memiliki sejarah panjang dalam pengobatan tradisional, masih banyak masyarakat yang lebih memilih obat berbasis kimia karena dianggap lebih praktis dan memiliki hasil yang lebih cepat. Kurangnya edukasi mengenai manfaat jamu dan cara konsumsinya yang tepat juga menjadi hambatan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk herbal.

Dari sisi rantai pasok, ketersediaan bahan baku menjadi salah satu kendala utama dalam industri ini. Meskipun Indonesia kaya akan tanaman herbal, distribusi bahan baku sering kali terhambat oleh faktor cuaca, perubahan lingkungan, dan kurangnya budidaya tanaman herbal secara berkelanjutan. Hal ini menyebabkan fluktuasi harga bahan baku yang berdampak pada biaya produksi jamu.

Hambatan lainnya adalah keterbatasan dalam pemasaran dan branding. Banyak produk jamu tradisional masih menggunakan metode pemasaran konvensional, sehingga kurang dikenal oleh generasi muda dan pasar yang lebih luas. Kurangnya pemanfaatan teknologi digital dan platform e-commerce juga menjadi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar. Selain itu, citra jamu yang masih dianggap kuno dan rasanya yang kurang sesuai dengan selera sebagian masyarakat modern membuat produk ini sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Dukungan dari pemerintah dan kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam model Penta Helix dapat menjadi solusi dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dengan adanya kebijakan yang lebih mendukung, edukasi yang lebih luas mengenai manfaat jamu, serta pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan distribusi, industri herbal jamu di Jabodetabek dapat berkembang lebih pesat dan mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional.

Peran Aktor Pentahelix dalam Pengembangan Industri Herbal Jamu Di Jabodetabek Pemerintah

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek, baik melalui regulasi, insentif, infrastruktur, maupun kampanye edukasi. Sebagai pengambil kebijakan, pemerintah memastikan bahwa produk jamu yang beredar aman dan sesuai standar dengan menetapkan regulasi terkait perizinan dan sertifikasi. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menjadi institusi yang berwenang dalam mengawasi keamanan dan efektivitas jamu, dengan membaginya ke dalam tiga kategori, yaitu Jamu, Obat Herbal Terstandar (OHT), dan Fitofarmaka. Selain itu, pemerintah juga mewajibkan sertifikasi halal melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) agar produk jamu lebih dapat diterima oleh masyarakat luas. Standarisasi lain seperti Standar Nasional Indonesia (SNI) juga diterapkan agar kualitas produk jamu semakin meningkat dan bisa bersaing dengan produk kesehatan lainnya.

Selain aspek regulasi, pemerintah juga mendukung pengusaha jamu melalui berbagai kebijakan insentif dan dukungan finansial. Berbagai skema pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan bunga rendah serta hibah usaha dari Kementerian Koperasi dan UKM membantu UMKM jamu dalam mengembangkan bisnisnya. Insentif pajak juga diberikan bagi usaha kecil dan menengah agar mereka dapat lebih mudah berkembang. Pemerintah juga aktif dalam mendorong ekspor produk herbal dengan menyediakan fasilitas perdagangan ke pasar luar negeri, termasuk melalui program “Indonesia Spice Up The World” yang mempromosikan rempah dan produk herbal Indonesia ke kancah internasional.

Dukungan pemerintah juga terlihat dalam pengembangan infrastruktur dan riset terkait jamu. Berbagai lembaga seperti Kementerian Kesehatan dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang kini telah bergabung dalam Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) aktif melakukan penelitian untuk membuktikan manfaat jamu secara ilmiah. Hasil riset ini penting agar jamu dapat lebih diterima di dunia medis dan memiliki daya saing yang lebih tinggi. Selain itu, pemerintah daerah di Jabodetabek juga mulai mengembangkan taman herbal dan kebun tanaman obat sebagai langkah untuk menjaga ketersediaan bahan baku jamu secara berkelanjutan.

Upaya pemerintah dalam mengembangkan industri jamu tidak hanya terbatas pada aspek regulasi dan dukungan finansial, tetapi juga mencakup promosi dan edukasi kepada masyarakat. Kampanye seperti Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) yang mendorong konsumsi herbal dan jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat menjadi salah satu contoh konkret dari upaya tersebut. Selain itu, berbagai festival jamu yang diadakan di berbagai daerah bertujuan untuk mengenalkan produk jamu kepada masyarakat luas dan memperkuat kesadaran akan pentingnya produk herbal dalam kehidupan sehari-hari. Pemerintah juga berusaha membantu UMKM jamu agar lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan zaman melalui program digitalisasi, dengan mendorong mereka untuk memasarkan produknya melalui marketplace online.

Di sisi lain, pemerintah juga memiliki peran dalam melindungi kekayaan intelektual yang berkaitan dengan jamu. Inovasi dalam formulasi jamu perlu mendapatkan perlindungan hukum, baik dalam bentuk pendaftaran merek dagang maupun hak paten. Langkah ini bertujuan agar produk-produk jamu hasil inovasi anak bangsa tidak mudah dipalsukan atau diklaim oleh pihak lain.

Meskipun berbagai kebijakan telah diterapkan, tantangan dalam pengembangan industri jamu masih cukup besar. Proses perizinan yang dianggap rumit sering kali menjadi kendala bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan legalitas produknya. Kurangnya sinergi antara pemerintah pusat dan daerah dalam mengawasi industri jamu juga menjadi permasalahan yang perlu diatasi agar kebijakan yang dibuat dapat diimplementasikan secara efektif. Selain itu, persaingan dengan produk farmasi modern yang lebih praktis dan memiliki dukungan medis yang lebih kuat juga menjadi tantangan tersendiri bagi industri jamu. Oleh karena itu, pemerintah perlu terus memperkuat strategi dalam mendukung industri ini, baik melalui kebijakan, edukasi, maupun peningkatan kerja sama dengan berbagai pihak agar jamu tetap relevan dan memiliki daya saing di pasar domestik maupun global.

Akademisi

Akademisi memiliki peran yang sangat krusial dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek, terutama dalam hal riset, inovasi, dan edukasi. Keberadaan perguruan tinggi dan lembaga penelitian menjadi ujung tombak dalam memastikan bahwa jamu tidak hanya dikenal sebagai warisan budaya, tetapi juga memiliki dasar ilmiah yang kuat dalam penggunaannya. Melalui berbagai penelitian, akademisi berusaha mengidentifikasi kandungan aktif dalam bahan-bahan herbal yang digunakan dalam jamu serta membuktikan manfaatnya secara empiris. Kajian ilmiah ini sangat penting agar jamu dapat diterima sebagai produk kesehatan yang dapat bersaing dengan obat-obatan modern.

Salah satu kontribusi utama akademisi adalah dalam pengembangan inovasi produk. Perguruan tinggi dan pusat riset berkolaborasi dengan industri untuk menghasilkan formulasi jamu yang lebih efektif, higienis, dan sesuai dengan standar kesehatan global. Misalnya, berbagai penelitian dilakukan untuk meningkatkan bioavailabilitas senyawa aktif dalam jamu agar lebih mudah diserap tubuh, atau mengembangkan metode ekstraksi yang lebih modern sehingga jamu bisa dikemas dalam bentuk yang lebih praktis seperti kapsul, tablet, atau minuman instan. Selain itu, akademisi juga berperan dalam pengembangan fitofarmaka, yaitu obat herbal yang telah melalui uji klinis sehingga memiliki validitas ilmiah yang lebih kuat dibandingkan jamu konvensional.

Selain dalam aspek penelitian dan inovasi, akademisi juga berperan dalam penguatan sumber daya manusia di sektor industri jamu. Melalui pendidikan dan pelatihan, perguruan tinggi menghasilkan tenaga ahli di bidang farmasi, bioteknologi, dan agribisnis yang memahami cara produksi jamu secara modern dan berbasis sains. Akademisi juga sering terlibat dalam memberikan pendampingan kepada pelaku usaha jamu, terutama UMKM, dalam meningkatkan kualitas produk mereka agar sesuai dengan standar yang berlaku.

Tidak hanya itu, akademisi juga memiliki peran dalam advokasi kebijakan terkait industri jamu. Hasil penelitian yang dilakukan di perguruan tinggi sering kali menjadi dasar bagi pemerintah dalam merumuskan regulasi terkait jamu dan obat herbal. Misalnya, kajian ilmiah tentang keamanan dan efektivitas bahan-bahan herbal tertentu dapat menjadi rujukan bagi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam menentukan standar perizinan dan klasifikasi produk jamu.

Namun, meskipun peran akademisi sangat besar, masih terdapat beberapa tantangan dalam menghubungkan hasil penelitian dengan kebutuhan industri. Salah satu kendala utama adalah masih kurangnya kolaborasi antara akademisi dan pelaku bisnis, sehingga banyak hasil riset yang belum diaplikasikan secara luas dalam produksi jamu. Selain itu, keterbatasan dana penelitian juga menjadi hambatan dalam pengembangan jamu berbasis sains, terutama dalam proses uji klinis yang membutuhkan biaya besar. Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang lebih erat antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah agar hasil-hasil penelitian dapat diimplementasikan dengan lebih efektif dalam pengembangan industri jamu yang berdaya saing tinggi.

Dengan adanya kontribusi akademisi dalam penelitian, inovasi, pendidikan, dan advokasi kebijakan, industri jamu di Jabodetabek dapat berkembang lebih pesat dan mendapatkan legitimasi sebagai bagian dari sistem kesehatan yang berbasis bukti ilmiah. Jika kolaborasi dengan sektor lain dalam pendekatan Pentahelix semakin diperkuat, maka jamu tidak hanya akan bertahan sebagai warisan budaya, tetapi juga menjadi produk kesehatan yang diakui secara global.

Komunitas

Komunitas memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek, terutama dalam aspek pelestarian budaya, edukasi, advokasi, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Sebagai bagian dari pendekatan Pentahelix, komunitas menjadi penghubung antara produsen jamu dan konsumen, sekaligus menjadi motor penggerak dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Salah satu peran utama komunitas adalah dalam melestarikan tradisi jamu sebagai warisan budaya. Berbagai komunitas pecinta jamu, seperti komunitas herbal dan kelompok pengrajin jamu tradisional, aktif dalam mengedukasi masyarakat mengenai sejarah, manfaat, dan cara pembuatan jamu. Mereka sering mengadakan lokakarya atau pelatihan bagi generasi muda untuk memperkenalkan teknik meracik jamu, baik secara tradisional maupun dengan inovasi modern. Upaya ini sangat penting mengingat minat masyarakat terhadap jamu sempat mengalami penurunan seiring dengan maraknya produk farmasi dan suplemen modern. Dengan adanya komunitas, budaya minum jamu tetap terjaga dan berkembang sesuai dengan tren zaman.

Selain pelestarian budaya, komunitas juga berperan dalam edukasi dan advokasi kesehatan berbasis herbal. Di era digital saat ini, banyak komunitas jamu yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai manfaat tanaman herbal dan cara mengonsumsinya secara aman. Kampanye seperti “Back to Nature” atau “Gaya Hidup Sehat dengan Herbal” yang sering dilakukan oleh komunitas membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya konsumsi bahan alami. Selain itu, komunitas juga sering menjadi penghubung antara konsumen dan akademisi dalam menyebarkan informasi berbasis riset agar masyarakat tidak hanya mengandalkan mitos, tetapi memahami jamu berdasarkan kajian ilmiah.

Peran komunitas juga sangat besar dalam mendukung petani dan pelaku UMKM jamu. Banyak komunitas yang bekerja sama dengan petani lokal untuk mengembangkan pertanian herbal organik yang berkelanjutan. Dengan adanya dukungan dari komunitas, petani mendapatkan pendampingan dalam hal budidaya tanaman obat yang sesuai dengan standar kualitas, sehingga bahan baku jamu yang dihasilkan lebih berkualitas. Di sisi lain, komunitas juga sering membantu UMKM jamu dalam hal pemasaran, baik melalui promosi offline seperti bazar dan festival, maupun melalui digitalisasi dengan pemasaran online. Beberapa komunitas bahkan membantu UMKM dalam hal branding dan packaging agar produk jamu lebih menarik bagi generasi muda.

Selain itu, komunitas juga berperan dalam mendukung regulasi dan kebijakan yang berpihak pada industri jamu. Beberapa komunitas herbal dan kesehatan aktif dalam mengadvokasi kebijakan yang mendukung pengakuan jamu sebagai bagian dari sistem kesehatan nasional. Mereka mendorong agar pemerintah memberikan perhatian lebih kepada pelaku industri jamu, misalnya dengan mempermudah proses perizinan atau memberikan insentif bagi usaha jamu lokal.

Meskipun komunitas memiliki banyak peran positif, ada beberapa tantangan yang mereka hadapi. Salah satunya adalah kurangnya sinergi antara komunitas dengan industri dan pemerintah, sehingga banyak inisiatif komunitas yang berjalan sendiri tanpa dukungan penuh dari pihak lain. Selain itu, masih ada tantangan dalam menyebarkan informasi yang benar mengenai jamu, mengingat masih banyaknya hoaks atau klaim berlebihan terkait khasiat jamu

yang tidak didukung oleh bukti ilmiah. Oleh karena itu, komunitas perlu terus memperkuat kolaborasi dengan akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha agar peran mereka semakin efektif dalam mendukung pengembangan industri jamu.

Dengan perannya dalam pelestarian budaya, edukasi, pemberdayaan ekonomi, dan advokasi kebijakan, komunitas menjadi salah satu pilar penting dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek. Jika kolaborasi antara komunitas dan aktor Pentahelix lainnya semakin erat, maka jamu dapat semakin diterima oleh masyarakat luas dan memiliki daya saing yang lebih kuat, baik di pasar domestik maupun internasional.

Pebisnis

Pebisnis memainkan peran yang sangat krusial dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek, karena merekalah yang menghubungkan produk jamu dengan pasar dan memastikan keberlanjutan rantai bisnis dari hulu ke hilir. Sebagai aktor utama dalam komersialisasi jamu, pebisnis tidak hanya berfokus pada produksi dan distribusi, tetapi juga harus beradaptasi dengan perubahan tren pasar, inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta kepatuhan terhadap regulasi.

Salah satu peran utama pebisnis adalah dalam mengembangkan inovasi produk agar lebih relevan dengan preferensi konsumen modern. Dahulu, jamu lebih banyak dikonsumsi dalam bentuk seduhan atau cairan pahit yang dijual secara tradisional. Namun, dengan berkembangnya preferensi pasar, pebisnis kini mulai menciptakan berbagai varian produk yang lebih praktis dan menarik bagi generasi muda. Inovasi yang dilakukan mencakup formulasi jamu dalam bentuk kapsul, tablet, teh celup, minuman ready-to-drink, hingga infused herbal drinks yang lebih mudah dikonsumsi kapan saja. Beberapa pelaku usaha bahkan mengembangkan jamu dengan tambahan bahan seperti madu, lemon, atau susu almond untuk meningkatkan cita rasa dan membuatnya lebih disukai oleh konsumen yang baru mengenal jamu.

Selain inovasi dalam format produk, pebisnis juga harus membangun branding yang kuat agar jamu memiliki daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu tantangan utama industri jamu adalah citranya yang masih dianggap sebagai produk tradisional dan kurang modern dibandingkan dengan suplemen kesehatan berbasis farmasi. Oleh karena itu, strategi branding menjadi elemen kunci bagi pebisnis dalam menarik minat konsumen. Banyak merek jamu kini mengadopsi desain kemasan yang lebih elegan, minimalis, dan premium agar terlihat lebih eksklusif di rak-rak toko maupun platform e-commerce. Selain itu, strategi pemasaran digital juga mulai menjadi fokus utama, di mana pebisnis memanfaatkan media sosial, website, marketplace, serta kolaborasi dengan influencer kesehatan untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

Di sisi produksi, pebisnis memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kualitas dan kepatuhan terhadap standar keamanan produk. Industri jamu tidak bisa lagi hanya mengandalkan metode produksi tradisional, tetapi harus beradaptasi dengan standar industri yang lebih ketat. Untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas, pelaku usaha jamu harus memenuhi berbagai regulasi seperti izin BPOM untuk memastikan keamanan konsumsi, sertifikasi halal dari BPJPH agar dapat diterima oleh lebih banyak konsumen, hingga Standar Nasional Indonesia (SNI) yang menjamin kualitas produk. Proses produksi yang higienis, penggunaan teknologi modern dalam ekstraksi bahan aktif, serta pengujian laboratorium terhadap kandungan jamu menjadi langkah penting yang harus diadopsi oleh pebisnis agar produk mereka memiliki kredibilitas lebih tinggi di mata konsumen dan regulator.

Selain aspek produksi dan pemasaran, pebisnis juga memiliki peran strategis dalam mengembangkan ekosistem rantai pasok bahan baku yang berkelanjutan. Industri jamu sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku alami seperti jahe, kunyit, temulawak, kayu manis, dan berbagai tanaman herbal lainnya. Oleh karena itu, banyak perusahaan jamu yang mulai bekerja sama secara langsung dengan petani lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang

berkualitas tinggi dan berkelanjutan. Program kemitraan antara perusahaan jamu dan petani tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan petani, tetapi juga memastikan bahwa produksi jamu dapat berjalan tanpa hambatan akibat kelangkaan bahan baku. Beberapa perusahaan besar bahkan telah mengembangkan perkebunan herbal sendiri atau mengadopsi metode pertanian organik untuk menjaga kualitas dan keberlanjutan lingkungan.

Lebih jauh, pebisnis juga memiliki peran dalam mendorong ekspansi industri jamu ke pasar internasional. Dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat berbasis herbal di berbagai negara, jamu memiliki peluang besar untuk menembus pasar global sebagai alternatif alami bagi suplemen kesehatan. Namun, ekspor produk jamu masih menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal perbedaan regulasi di negara tujuan. Banyak negara memiliki persyaratan ketat terkait standar keamanan pangan dan obat-obatan herbal, sehingga pebisnis harus memastikan bahwa produk mereka dapat memenuhi standar tersebut. Beberapa strategi yang dilakukan oleh pebisnis dalam menembus pasar internasional meliputi sertifikasi internasional, kerja sama dengan distributor asing, serta partisipasi dalam pameran dan expo produk herbal di luar negeri.

Selain menghadapi tantangan dalam ekspor, pebisnis jamu juga harus bersaing dengan industri farmasi modern yang memiliki modal besar dan penetrasi pasar yang lebih luas. Salah satu hambatan utama dalam pemasaran jamu adalah persepsi masyarakat yang masih menganggap obat berbasis farmasi lebih efektif dibandingkan jamu. Oleh karena itu, banyak pebisnis yang kini bekerja sama dengan akademisi dan lembaga penelitian untuk membuktikan efektivitas jamu secara ilmiah. Beberapa perusahaan telah berhasil mengembangkan produk fitofarmaka, yaitu jamu yang telah melewati uji klinis dan memiliki validitas medis yang lebih kuat. Dengan adanya pengakuan ilmiah, jamu dapat lebih diterima oleh kalangan medis dan memiliki posisi yang lebih kuat dalam sistem kesehatan modern.

Di sisi lain, pebisnis juga berperan dalam mendukung regulasi dan kebijakan pemerintah terkait industri jamu. Banyak asosiasi bisnis jamu yang aktif melakukan lobi dan advokasi agar pemerintah memberikan regulasi yang lebih mendukung bagi industri ini, seperti penyederhanaan proses perizinan bagi UMKM, insentif pajak bagi industri herbal, serta program dukungan ekspor. Dengan adanya kerja sama antara pebisnis dan pemerintah, diharapkan industri jamu dapat berkembang lebih pesat dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Namun, meskipun pebisnis memiliki banyak peluang dalam mengembangkan industri jamu, mereka juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah edukasi pasar yang masih terbatas, di mana banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara jamu, obat herbal terstandar (OHT), dan fitofarmaka. Selain itu, adanya persaingan dengan produk herbal impor yang sudah lebih dulu memiliki sertifikasi internasional juga menjadi tantangan bagi pebisnis lokal. Oleh karena itu, pebisnis harus terus berinovasi dalam strategi pemasaran, memperkuat kerja sama dengan akademisi dan komunitas, serta meningkatkan efisiensi produksi agar dapat tetap bersaing di industri yang semakin kompetitif ini.

Dengan berbagai peran yang dimainkan oleh pebisnis dalam inovasi produk, pemasaran, produksi, pengelolaan rantai pasok, ekspansi pasar, hingga advokasi kebijakan, mereka menjadi salah satu pilar utama dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek. Jika kolaborasi dengan aktor Pentahelix lainnya semakin diperkuat, industri jamu tidak hanya akan berkembang di dalam negeri, tetapi juga berpotensi menjadi bagian dari tren global dalam gaya hidup sehat berbasis herbal.

Media

Media memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek, terutama dalam membentuk persepsi publik, mengedukasi masyarakat, serta mendukung pemasaran dan branding produk jamu agar lebih diterima oleh berbagai kalangan. Sebagai salah satu elemen dalam model Pentahelix, media berfungsi sebagai jembatan

informasi antara pelaku industri jamu, pemerintah, akademisi, komunitas, dan konsumen. Dalam ekosistem industri herbal jamu yang semakin kompetitif, media memiliki peran kunci dalam memperkenalkan manfaat jamu, mengangkat kisah sukses pelaku usaha, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk herbal berbasis kearifan lokal.

Salah satu peran utama media adalah membentuk persepsi publik terhadap jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat yang modern dan relevan dengan zaman. Dalam beberapa dekade terakhir, jamu sempat mengalami tantangan dalam hal penerimaan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang lebih tertarik pada produk kesehatan berbasis farmasi atau suplemen impor. Media, khususnya media digital dan media sosial, memiliki kemampuan untuk mengubah pandangan ini dengan mengemas informasi mengenai jamu dalam bentuk yang lebih menarik dan edukatif. Melalui berbagai platform seperti artikel di portal berita, video di YouTube, podcast kesehatan, hingga kampanye di Instagram dan TikTok, media dapat menyebarkan narasi positif tentang jamu sebagai produk kesehatan alami yang memiliki manfaat ilmiah dan dapat dikonsumsi secara praktis di era modern.

Selain membangun persepsi, media juga memiliki peran penting dalam edukasi masyarakat mengenai manfaat, keamanan, dan cara konsumsi jamu yang benar. Masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara jamu tradisional, obat herbal terstandar (OHT), dan fitofarmaka yang telah teruji secara klinis. Akibatnya, sering muncul misinformasi mengenai manfaat jamu yang berlebihan atau bahkan hoaks terkait efek sampingnya. Dalam hal ini, media memiliki tanggung jawab besar untuk menyajikan informasi yang berbasis pada riset ilmiah dan sumber yang kredibel. Media dapat bekerja sama dengan akademisi, praktisi kesehatan, dan produsen jamu untuk menyajikan konten yang edukatif dan berbasis fakta, sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dalam mengonsumsi jamu.

Selain edukasi, media juga menjadi alat pemasaran dan promosi yang sangat efektif bagi pelaku industri jamu, terutama dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan. Di era digital saat ini, banyak perusahaan jamu yang mulai beralih dari pemasaran konvensional ke strategi pemasaran berbasis media digital. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi platform utama bagi merek-merek jamu untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan menjangkau segmen pasar yang lebih muda. Melalui kampanye digital, iklan berbayar, hingga kerja sama dengan influencer kesehatan dan beauty enthusiast, media membantu meningkatkan daya tarik produk jamu di mata konsumen.

Lebih dari sekadar pemasaran, media juga berperan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk jamu dengan mengangkat kisah sukses pelaku usaha dan testimoni pengguna. Salah satu faktor yang membuat banyak masyarakat masih ragu mengonsumsi jamu adalah kurangnya informasi mengenai efektivitas dan keamanan produk yang beredar di pasaran. Dengan adanya liputan media yang mengangkat kisah sukses pelaku usaha jamu yang telah mendapatkan sertifikasi BPOM atau SNI, serta testimoni dari konsumen yang merasakan manfaatnya, maka tingkat kepercayaan terhadap produk jamu dapat meningkat. Media dapat memainkan peran ini dengan menghadirkan berita, wawancara, atau dokumenter yang menggambarkan bagaimana industri jamu berkembang, bagaimana proses produksinya dilakukan secara higienis, serta bagaimana inovasi dalam dunia jamu terus berkembang.

Selain mendukung pemasaran dan branding, media juga memiliki peran dalam mendorong advokasi kebijakan yang berpihak pada industri jamu. Salah satu tantangan besar dalam industri ini adalah regulasi yang terkadang masih kurang mendukung, terutama bagi pelaku UMKM yang ingin mendapatkan izin edar atau sertifikasi produk. Media dapat menjadi alat untuk menyoroti isu-isu yang dihadapi oleh para pelaku usaha jamu, termasuk kendala dalam perizinan, akses terhadap bahan baku, hingga perlunya dukungan dari pemerintah dalam mempromosikan jamu sebagai bagian dari industri kesehatan nasional. Dengan adanya pemberitaan yang luas dan terus-menerus, media dapat membantu membangun kesadaran di kalangan pembuat kebijakan agar industri jamu mendapatkan perhatian yang lebih besar.

Media juga memiliki peran dalam mendukung ekspansi industri jamu ke pasar global. Dengan semakin meningkatnya tren konsumsi herbal di dunia, jamu memiliki potensi besar untuk menjadi bagian dari pasar internasional. Namun, untuk dapat bersaing secara global, jamu harus dikenal secara luas oleh konsumen di luar negeri. Media internasional, baik dalam bentuk berita, dokumenter, maupun kampanye digital, dapat membantu memperkenalkan jamu ke pasar luar negeri dengan menyoroti manfaatnya, sejarahnya, serta bagaimana jamu menjadi bagian dari warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Namun, meskipun media memiliki banyak peran positif dalam pengembangan industri jamu, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah ancaman misinformasi dan klaim kesehatan yang berlebihan. Tidak sedikit produk jamu yang dipasarkan dengan klaim yang tidak didukung oleh bukti ilmiah, seperti janji menyembuhkan penyakit tertentu secara instan atau manfaat yang dilebih-lebihkan tanpa melalui uji klinis yang memadai. Jika media tidak berhati-hati dalam menyaring informasi, hal ini dapat berdampak negatif pada industri jamu secara keseluruhan, karena bisa menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap produk yang benar-benar berkualitas. Oleh karena itu, media harus berperan sebagai filter informasi dengan hanya menyebarkan konten yang berbasis fakta dan sumber yang terpercaya.

Selain itu, tantangan lain adalah persaingan dengan produk farmasi modern yang memiliki penetrasi media yang lebih kuat. Perusahaan farmasi besar memiliki anggaran pemasaran yang jauh lebih besar dibandingkan pelaku usaha jamu, sehingga mereka mampu menguasai ruang media dengan iklan yang lebih agresif. Untuk mengatasi tantangan ini, media yang berpihak pada industri jamu harus lebih kreatif dalam menyajikan konten yang menarik dan edukatif, serta lebih proaktif dalam mengangkat keunggulan jamu dibandingkan dengan produk farmasi berbasis kimia.

Dengan berbagai peran yang dimainkan oleh media dalam membentuk persepsi publik, mengedukasi masyarakat, mendukung pemasaran dan branding, serta mendorong advokasi kebijakan, media menjadi salah satu elemen penting dalam ekosistem Pentahelix yang mendukung pengembangan industri herbal jamu di Jabodetabek. Jika media dapat bekerja sama lebih erat dengan akademisi, pebisnis, komunitas, dan pemerintah, maka jamu tidak hanya akan semakin dikenal sebagai bagian dari gaya hidup sehat, tetapi juga memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar lokal maupun global.

Pembahasan

Kolaborasi pentahelix dalam pengembangan industri jamu di wilayah Jabodetabek menjadi salah satu strategi utama dalam membangun ekosistem bisnis berbasis kearifan lokal yang mampu bersaing di era globalisasi. Model pentahelix sendiri melibatkan lima elemen utama, yakni pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media, yang masing-masing memiliki peran unik dalam mendukung perkembangan industri jamu. Dengan sinergi yang kuat antara kelima elemen ini, industri jamu tidak hanya berpeluang untuk berkembang secara ekonomi, tetapi juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesehatan masyarakat serta melestarikan warisan budaya Indonesia.

Dalam ekosistem industri jamu, pemerintah memegang peran utama sebagai regulator dan fasilitator. Berbagai kebijakan telah diterapkan untuk mendukung perkembangan industri ini, mulai dari pemberian insentif bagi pelaku usaha jamu, penyederhanaan perizinan, hingga pembinaan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di sektor ini. Salah satu kebijakan strategis yang diterapkan pemerintah adalah sertifikasi halal dan izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk jamu. Selain itu, pemerintah juga gencar melakukan promosi dan kampanye mengenai manfaat jamu bagi kesehatan melalui berbagai program nasional, seperti "Bangga Buatan Indonesia" yang mendorong masyarakat untuk lebih banyak mengonsumsi produk lokal, termasuk jamu. Menurut studi yang dilakukan oleh Rahmawati

(2022) dalam jurnal "Indonesian Herbal Industry Review", kebijakan pemerintah dalam mendukung industri jamu telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan produksi dan konsumsi jamu di Indonesia, terutama di daerah perkotaan seperti Jabodetabek.

Selain pemerintah, akademisi juga berperan penting dalam pengembangan industri jamu, terutama dalam aspek penelitian dan inovasi. Penelitian yang dilakukan oleh akademisi telah membantu meningkatkan efektivitas dan daya saing produk jamu di pasar domestik maupun internasional. Kajian ilmiah mengenai manfaat jamu, ekstraksi bahan aktif, serta formulasi yang lebih modern telah memungkinkan industri jamu untuk berkembang ke arah yang lebih berbasis bukti (evidence-based medicine). Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Santoso et al. (2021) dalam jurnal "Journal of Herbal Medicine" menemukan bahwa kombinasi ekstrak temulawak dan jahe merah memiliki efek antiinflamasi yang setara dengan obat antiinflamasi nonsteroid (NSAID), sehingga dapat dijadikan sebagai alternatif terapi bagi pasien dengan gangguan peradangan. Selain itu, akademisi juga berperan dalam pengembangan teknologi produksi yang lebih efisien dan ramah lingkungan, sehingga produk jamu dapat dihasilkan dengan kualitas yang lebih baik dan harga yang lebih kompetitif.

Dari sisi pelaku bisnis, industri jamu terus berkembang dengan adopsi teknologi dan inovasi dalam pemasaran. Banyak produsen jamu yang telah beralih ke model bisnis berbasis digital dengan memanfaatkan e-commerce dan media sosial sebagai sarana utama pemasaran. Hal ini selaras dengan tren konsumsi di masyarakat urban yang lebih menyukai produk-produk kesehatan yang praktis dan mudah didapatkan. Menurut studi yang dilakukan oleh Wibowo (2023) dalam "Indonesian Business Journal", 70% konsumen jamu di Jabodetabek lebih memilih membeli jamu dalam bentuk instan atau kapsul dibandingkan dengan jamu tradisional yang harus diseduh. Hal ini menunjukkan adanya perubahan preferensi konsumen yang menuntut industri jamu untuk terus berinovasi dalam penyajian produk. Selain itu, banyak perusahaan jamu yang mulai menjalin kerja sama dengan startup teknologi untuk mengembangkan aplikasi berbasis kesehatan yang memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi seputar manfaat jamu secara lebih mudah dan akurat.

Peran komunitas dalam pengembangan industri jamu juga tidak dapat diabaikan. Komunitas berfungsi sebagai agen edukasi yang memperkenalkan kembali jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Berbagai komunitas pecinta jamu dan pengobatan herbal telah berkembang, baik secara offline maupun online, untuk berbagi informasi mengenai manfaat jamu serta cara penggunaannya. Misalnya, komunitas "Pecinta Jamu Sehat Indonesia" yang memiliki ribuan anggota aktif di media sosial sering mengadakan seminar, workshop, dan pelatihan pembuatan jamu bagi masyarakat umum. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2023) dalam "Journal of Community Development", peran komunitas dalam mendorong konsumsi jamu sangat signifikan, terutama dalam memperkenalkan jamu kepada generasi muda yang cenderung lebih akrab dengan produk-produk kesehatan berbasis teknologi.

Media juga memiliki peran strategis dalam menyebarluaskan informasi dan meningkatkan popularitas jamu di kalangan masyarakat. Dengan pemberitaan yang positif dan berbasis edukasi, media dapat membantu membangun citra jamu sebagai produk kesehatan yang aman dan bermanfaat. Media digital, khususnya media sosial, telah menjadi sarana utama dalam memperkenalkan jamu kepada masyarakat urban yang memiliki pola konsumsi berbasis tren. Kampanye seperti "Minum Jamu Setiap Hari" yang dilakukan oleh berbagai influencer kesehatan telah membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Menurut data yang dipublikasikan oleh Indonesian Digital Marketing Association (2023), kampanye digital mengenai jamu telah mencapai lebih dari 5 juta orang dalam waktu kurang dari satu tahun, menunjukkan bahwa media memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap industri jamu.

Maka, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media dalam skema pentahelix telah menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan industri

jamu di wilayah Jabodetabek. Dengan dukungan regulasi yang jelas, inovasi berbasis riset, strategi bisnis yang adaptif, partisipasi aktif komunitas, serta promosi yang efektif melalui media, industri jamu memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh. Tidak hanya sebagai produk tradisional, jamu kini telah bertransformasi menjadi bagian dari industri kesehatan modern yang memiliki daya saing tinggi. Ke depan, sinergi pentahelix perlu terus diperkuat agar industri jamu tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang menjadi salah satu pilar utama ekonomi berbasis kearifan lokal yang dapat bersaing di pasar global.

KESIMPULAN

Kolaborasi Penta Helix ABCGM berperan penting dalam meningkatkan daya saing industri herbal, di mana akademisi berkontribusi dalam penelitian, pemerintah menciptakan regulasi, komunitas meningkatkan kesadaran masyarakat, pebisnis mengembangkan strategi pemasaran, dan media menyebarkan informasi, sehingga diperlukan peningkatan kerja sama akademisi dan industri untuk inovasi berbasis penelitian, dukungan pemerintah dalam regulasi serta pendanaan, edukasi masyarakat mengenai manfaat dan keamanan herbal, optimalisasi strategi pemasaran melalui teknologi digital, serta penguatan standarisasi produk guna meningkatkan kepercayaan konsumen.

REFERENSI

- Agranoff, R. (2006). Inside collaborative networks: Ten lessons for public managers. *Public Administration Review*, 66(s1), 56-65. DOI: 10.1111/j.1540-6210.2006.00666.
- Antara News. (2023). Peran pentahelix disebut penting ciptakan ekosistem industri kreatif.
- Beers, S.-J. (2001). *Jamu: The Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*. Hong Kong: Periplus Editions.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2012). *Mode 3 Knowledge Production in Quadruple Helix Innovation Systems*. Springer. DOI: 10.1007/978-1-4614-2062-0.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (6th ed.). Routledge. DOI: 10.4324/9781003009498.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. DOI: 10.1016/S0048-7333(99)00055-4.
- Heryadi, D. Y. (2022). Model Implementatif Agribisnis Padi Organik Berkelanjutan Melalui Pendekatan Pentahelix. *Jurnal Agribest*, 6, 1–10.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2007). *Kebijakan Obat Tradisional Nasional (KOTRANAS)*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2011). *Integrasi Pengobatan Tradisional dalam Sistem Kesehatan Nasional*.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). *Perkembangan Obat Tradisional di Indonesia*.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). *Kemenkes Dorong Pengembangan Industri Obat Tradisional*.
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2019). *Pentahelix, Lima Unsur Kekuatan Dalam Pengembangan Potensi Desa dan Kawasan Perdesaan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *MKTG* (12th ed.). Cengage Learning.
- Li, R., Zhang, Y., Feng, Z., Xu, J., Wu, X., Liu, M., Xia, Y., Sun, Q., & Yuan, W. (2023). Review of the Progress of Energy Saving of Hydraulic Control Systems. *Processes*, 11(12), 71–91. <https://doi.org/10.3390/pr11123304>

- Mualim, M. B. (2018). *Tumbuhan Obat yang Digunakan Selama Kehamilan sampai Periode Postpartum oleh Suku Tengger, Desa Ngadas, Kabupaten Malang*.
- Pranata Indonesia. (2021). *Peran Perguruan Tinggi Dalam Menerapkan Pentahelix Untuk Mengembangkan UMKM Indonesia*. Jurnal Ilmu Komputer.
- Pusat Kajian dan Riset Strategis Universitas Medan Area. (2024). *Peran Media dalam Pembentukan dan Penyebaran Kebijakan Pemerintah*.
- Pugra, I. W. (2021). Kolaborasi Pentahelix Untuk Pengembangan Desa Timpag Menuju Desa Wisata Berbasis Green Tourism. *Bhakti Persada*, 7(2), 111–120. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.111-120>
- Pols, H. (2009). European Botanists and Physicians, Indigenous Herbal Medicine in the Dutch East Indies (present-day Indonesia), and Colonial Networks of Mediation. *East Asian Science, Technology, and Society: An International Journal*, 3(2-3), 173-208. <https://doi.org/10.1007/s12280-009-9082-8>.
- Rodríguez-Pose, A., & Wilkie, C. (2017). Innovation and regional growth in the European Union. *Regional Studies*, 51(10), 1588-1603. DOI: 10.1080/00343404.2016.1255323.
- Septadiani, W. P., Pribadi, O. S. I. ., & Rosnarti, D. (2022). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Universitas Trisakti. WIDYA PUTRI SEPTADIANI*, 22–31.
- Sofyan, H., & Taqiuddin, A. (2021). Peran Akuntabilitas dan Transparansi Pemerintah Desa Indonesia Terhadap Kepercayaan Masyarakat Desa: Kasus di Kabupaten Bantul. *Jurnal Akademi Akuntansi*.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wulandari, P. K., Saraswati, D., & Damayanti, G. (2020). Ketahanan Sosial Pemuda Dalam Pengelolaan Wisata Budaya (Studi Pada Yayasan Lasem Heritage Di Lasem, Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(2), 249. <https://doi.org/10.22146/jkn.56994>