



**ANALISIS EKONOMI DAN PROSPEK
PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI MENGGUDU
(*Morinda citrifolia*)**

(Studi Kasus di CV. Amalinda Baratan Kabupaten Jember)

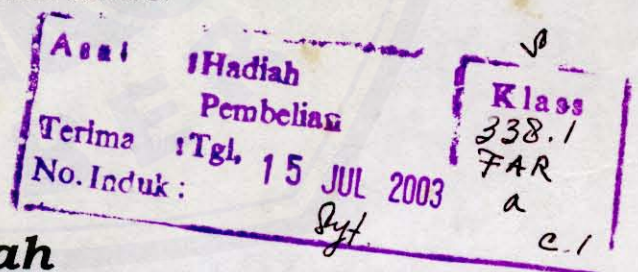
**KARYA ILMIAH TERTULIS
(SKRIPSI)**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu
Pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh :

Siti Faridah

NIM. 991510201023



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
JUNI, 2003**



DOSEN PEMBIMBING :

Ir. H. MOCH. SAMSOEHUDI, MS (DPU)

Ir. H. IMAM SYAFI'I, MS (DPA)

MOTTO

Dan janganlah kamu berjalan di muka bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan kamu tidak akan sampai setinggi gunung (QS. Al Isra 32).

Pesimisme adalah titik hitam dalam alam yang terang benderang. Optimisme adalah nyala lilin yang menerangi jalan yang gelap (Idha).

Berusahalah dengan segenap kemampuan agar tak berucap... sebenarnya kita bisa (Dono W)

Study hard, pray to God and be THE BEST (Idha).

Untaian Kata Syukur Alhamdulillah

Kupersembahkan sebuah karya ini untuk :

Ayahanda Abd. Azis dan Ibunda tercinta H. Hosniah yang telah mencurahkan kasih sayang dan atas segala do'a yang dipanjatkan demi kesuksesan yang ananda raih seperti saat ini

Kakakku, Mbak Iin yang selalu memberi motivasi dan memberi makna tentang sebuah cita dan kesuksesan, serta **adik-adikku Iis dan Imam** yang selalu menghiburku dan memberi makna tentang sebuah tanggung jawab.

Dono Wisnugroho yang telah menyayangiku, setia dan sabar menemaniku dalam suka dan duka demi tercapainya kesuksesan ini. Semoga aku akan tetap selalu menjadi cahayamu, kabutmu, Amien.....

CV Amalinda yang telah memberikan inspirasi terciptanya karya ini. Trims. Semoga Tambah Maju dan Jaya Selalu. Amien.....

Ir. Ari Bangun S dan Ir Parawita D, MP yang telah menjadi guru dan orang tua, membantu saya mencapai kesuksesan ini serta memberi saya sebuah pengalaman

Sobatku Betty, Nyonk, Hari, Evi, Dinda, Lisa, Bendot, Eer, dan Krucil Widya "lele", Ratih "dorang", Maria "o", Rina "toel" yang telah memberi spirit dan menemani hari-hariku. Thanks

Almamater Universitas Jember yang kubanggakan

KARYA ILMIAH TERTULIS BERJUDUL

**ANALISIS EKONOMI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI MENGGKUDU (*Morinda citrifolia*)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

SITI FARIDAH

NIM. 991510201023

Telah diuji pada tanggal

6 Juni 2003

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

TIM PENGUJI

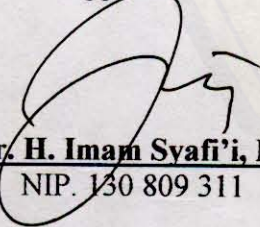
Ketua



Ir. H. Moch. Samsোধudi, MS

NIP. 130 206 221

Anggota I



Ir. H. Imam Syafi'i, MS

NIP. 130 809 311

Anggota II

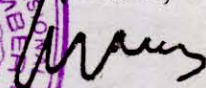


Ir. Sugeng Raharto, MS

NIP. 130 809 310

MENGESAHKAN

Dekan,



Ir. Arie Mudiharjati, MS

NIP. 130 609 808

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : **Analisis Ekonomi dan Prospek Pengembangan Agroindustri Mengkudu (Studi Kasus CV Amalinda Baratan Kabupaten Jember)**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu. Penulis menyadari sepenuhnya tiadalah akan sempurna karya ini tanpa bantuan, motivasi, bimbingan maupun masukan dari berbagai pihak sejak awal hingga terselesaikannya karya ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

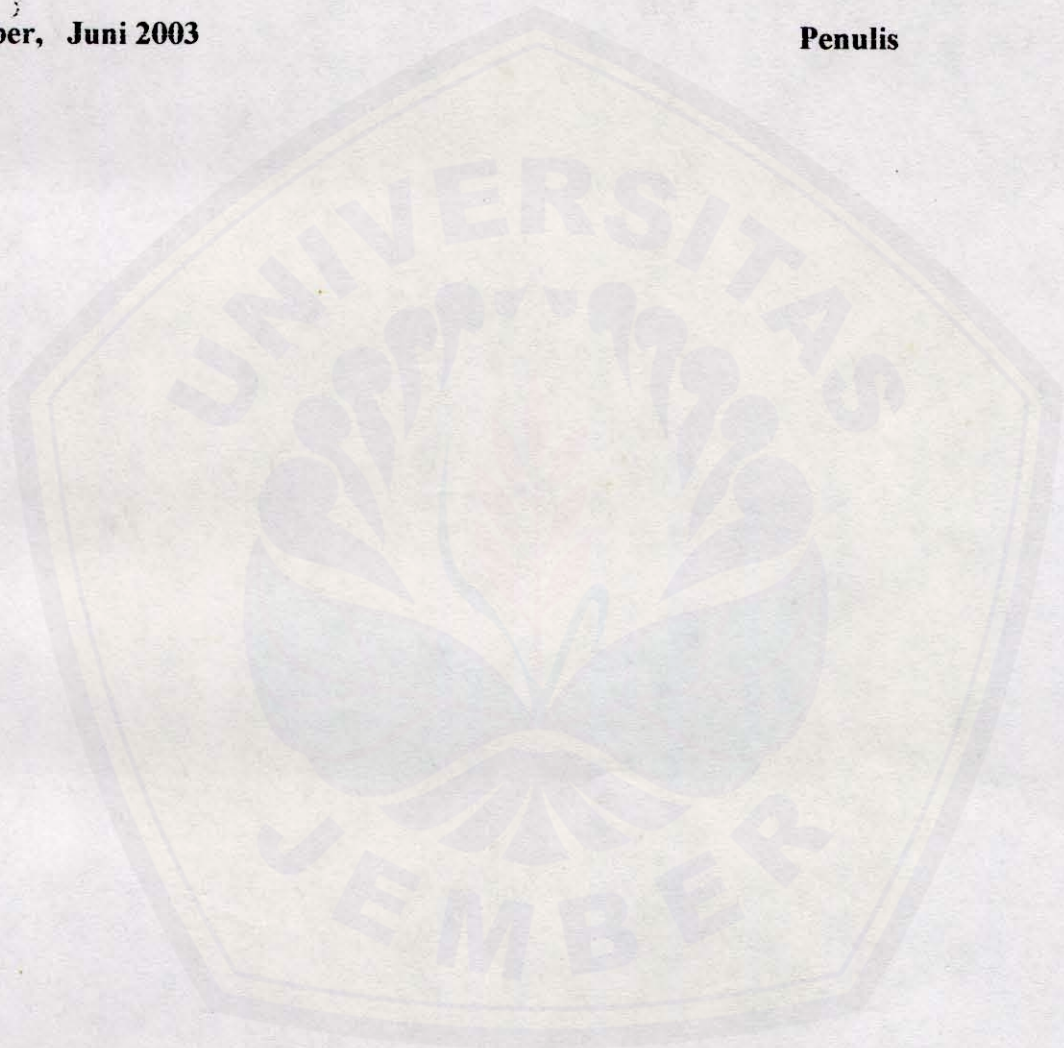
1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember
2. Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Ir.H. Moch. Samsোধudi, MS selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar memberi petunjuk, mengarahkan serta masukan sehingga penulisan skripsi selesai.
4. Ir.H.Imam Syafi'i, MS selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan, memberi kritik dan saran hingga proses penulisan skripsi ini selesai.
5. Ir. Sugeng Raharto, MS selaku anggota II Tim Penguji yang memberi petunjuk dan saran dalam melakukan perbaikan guna penyempurnaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ayah dan Ibunda tercinta serta kakakku mbak Iin dan adikku Iis, Imam yang telah mencurahkan kasih sayang serta mendoakan kesuksesanku.
7. Ir. Ari Bangun S selaku pimpinan CV Amalinda yang telah memberi izin penelitian mengenai "Analisis Ekonomi dan Prospek Pengembangan Agroindustri Mengkudu" dan telah memberi informasi yang dibutuhkan guna penyelesaian skripsi.

8. Semua pihak yang telah turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga karya ini dapat meramaikan khasanah ilmu pengetahuan, memberikan manfaat bagi pihak perusahaan dan pembaca.

Jember, Juni 2003

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RINGKASAN	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	5
1.3.1 Tujuan.....	5
1.3.2 Kegunaan	6
II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Karakteristik Mengkudu (<i>Morinda citrifolia</i>).....	7
2.1.2 Khasiat dan Pengolahan Mengkudu	8
2.1.3 Teori Produksi dan Efisiensi Produksi	9
2.1.4 Produktivitas Kerja dan Kesempatan Kerja	14
2.1.5 Teori Biaya Produksi dan Efisiensi Biaya Produksi.....	16
2.1.6 Teori Efisiensi Pemasaran.....	19
2.1.7 Teori SWOT	20

2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis.....	29

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penentuan Obyek Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Metode Pengambilan Contoh.....	31
3.5 Metode Analisa Data.....	31
3.6 Terminologi.....	37

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Agroindustri.....	39
4.2 Struktur Organisasi.....	39
4.3 Ketenagakerjaan.....	40
4.4 Sarana Produksi.....	41
4.4.1 Gedung.....	41
4.4.2 Peralatan.....	41
4.5 Bahan Baku.....	42
4.6 Proses Pembuatan.....	43
4.6.1 Pembuatan Instan Mengkudu.....	43
4.6.2 Pembuatan Sirup Mengkudu.....	44
4.7 Pemasaran.....	46
4.8 Saluran distribusi dan Wilayah Pemasaran.....	46

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Efisiensi Biaya Produksi Agroindustri Mengkudu.....	47
5.1.1 Efisiensi Biaya Produksi Instan Mengkudu.....	47
5.1.2 Efisiensi Biaya Produksi Sirup Mengkudu.....	48
5.2 Efisiensi Pemasaran Agroindustri Mengkudu.....	49
5.2.1 Efisiensi Pemasaran Instan Mengkudu.....	50

5.2.2 Efisiensi Pemasaran Sirup Mengkudu.....	52
5.3 Produktivitas Kerja dan Kesempatan Kerja Pada.....	52
5.4 Prospek Pengembangan Agroindustri Mengkudu	55
5.4.1 Penentuan Posisi Perusahaan	55
5.4.2 Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal.....	57
5.4.3 Penyusunan Alternatif Strategi.....	64

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

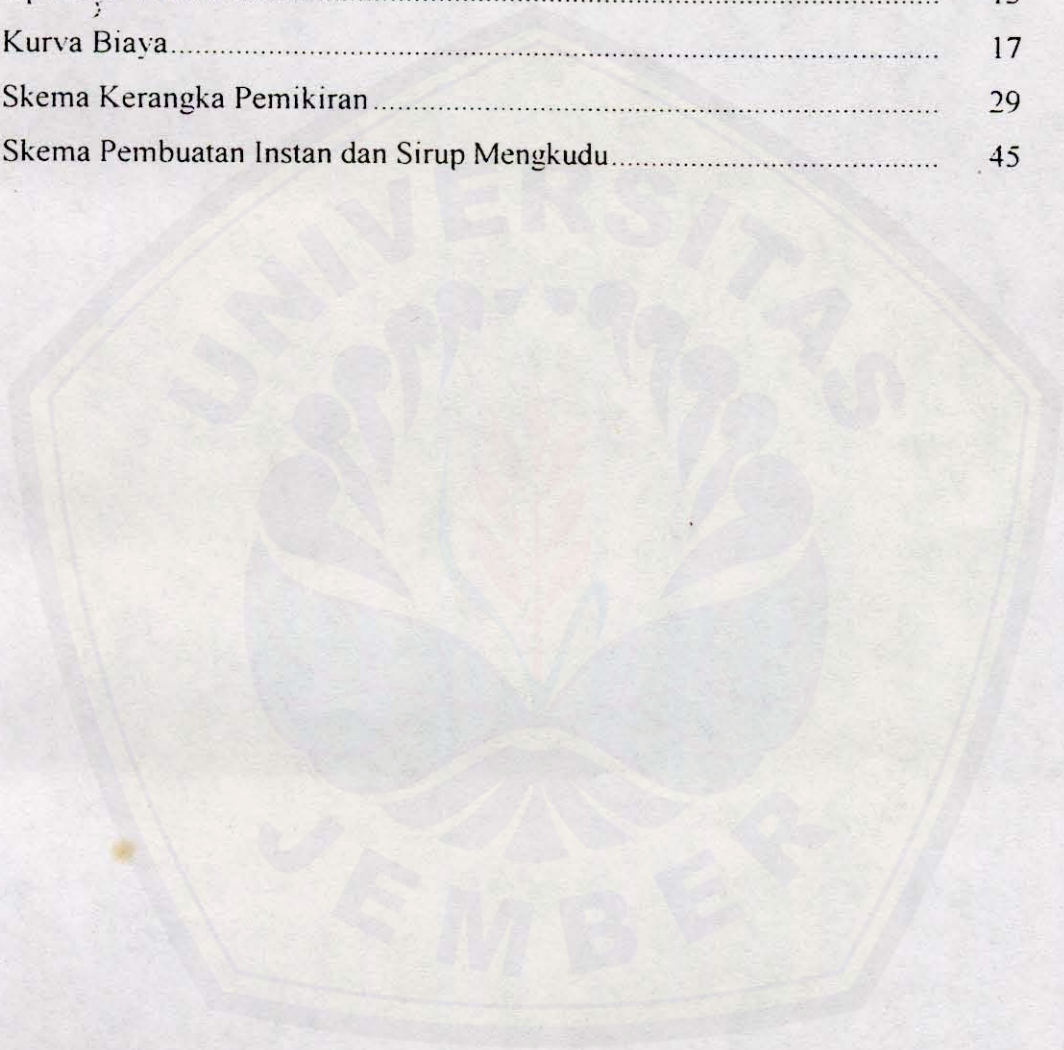
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.	Agroindustri Mengkudu di Kabupaten Jember	4
2.	Analisis Faktor Internal (<i>Internal Factor Analysis Summary/IFAS</i>).....	33
3.	Analisis Faktor Eksternal (<i>Eksternal Factor Analysis Summary/EFAS</i>).....	34
4.	Internal-Eksternal Matrik	35
5.	Matrik Posisi Kompetitif Relatif.....	36
6.	Matrik SWOT.....	36
7.	Jumlah Tenaga Kerja Menurut Status dan Penugasan Kerja Pada CV. Amalinda Tahun 2003	40
8.	Peralatan Kegiatan Produksi Instan Mengkudu CV. Amalinda Selama Periode Produksi Oktober 2002 - Januari 2003.....	41
9.	Peralatan Kegiatan Produksi Sirup Mengkudu CV. Amalinda Periode Produksi 2001-2002	42
10.	Efisiensi Biaya Produksi Instan Mengkudu CV. Amalinda Rata-rata Per Bulan Selama Periode Produksi Oktober 2002-Januari 2003.....	47
11.	Efisiensi Biaya Produksi Sirup Mengkudu CV. Amalinda Rata-rata Per Bulan Selama Periode Produksi 2001-2002.....	48
12.	Efisiensi Pemasaran Instan Mengkudu CV. Amalinda	50
13.	Efisiensi Pemasaran Sirup Mengkudu CV. Amalinda	52
14.	Produktivitas Tenaga Kerja Instan Mengkudu CV. Amalinda Pada Periode Produksi 2002- 2003	53
15.	Produktivitas Tenaga Kerja Sirup Mengkudu CV. Amalinda Pada Periode Produksi 2001-2002	53
16.	Kesempatan Kerja Pada CV. Amalinda	54
17.	Internal-Eksternal Matrik	56
18.	Matrik Posisi Kompetitif Relatif.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.	Tahapan dalam Suatu Proses Produksi.....	11
2.	Optimum Perusahaan	13
3.	Kurva Biaya.....	17
4.	Skema Kerangka Pemikiran	29
5.	Skema Pembuatan Instan dan Sirup Mengkudu.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Cash Flow Instan Mengkudu CV. Amalinda Periode Produksi Oktober:2002-Januari 2003	71
2.	Cash Flow Sirup Mengkudu CV. Amalinda Periode Produksi 2001-2002	72
3.	Data Produksi, Penjualan dan Penerimaan CV Amalinda	73
4.	Data Produktivitas Tenaga Kerja CV Amalinda	74
5.	Saluran Pemasaran Instan Mengkudu CV. Amalinda	75
6.	Saluran Pemasaran Sirup Mengkudu CV. Amalinda	76
7.	Analisis Lingkungan Internal (IFAS)	77
8.	Analisis Lingkungan Eksternal (EFAS)	78
9.	Matrik SWOT	79

RINGKASAN

Siti Faridah (991510201023), Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember, Judul “Analisis Ekonomi dan Prospek Pengembangan Agroindustri Mengkudu (Studi Kasus CV Amalinda Baratan Kabupaten Jember) “. Dibawah bimbingan Bapak Ir. H. Moch. Samsোধudi, MS selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Ir. H. Imam Syafi'i, MS selaku Dosen Pembimbing Anggota.

Keberadaan agroindustri diharapkan dapat meningkatkan permintaan komoditas pertanian karena sektor agroindustri ini berperan dalam mengubah produk pertanian menjadi bentuk yang dapat diterima konsumen secara lebih baik. Konsep pemikiran agroindustri dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu agroindustri sebagai penghubung antar sektor pertanian dengan sektor industri, agroindustri juga dapat berperan dalam upaya meningkatkan nilai komoditas pertanian.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui efisiensi biaya produksi, efisiensi pemasaran, produktivitas kerja dan kesempatan kerja serta prospek pengembangan agroindustri mengkudu CV Amalinda. Penentuan lokasi penelitian adalah secara sengaja (*Purposive*). Lokasi penelitian yang dimaksud adalah agroindustri mengkudu CV. Amalinda Baratan Kabupaten Jember.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari pihak perusahaan dan informasi yang berhubungan dengan agroindustri mengkudu seperti adanya pembinaan pemerintah terhadap agroindustri diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak terkait seperti Dinas Kesehatan, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pertanian dan Pangan. Informasi mengenai pemasaran diperoleh dari perusahaan serta pihak distributor. Data sekunder mengenai jumlah agroindustri mengkudu di Jember diperoleh dari instansi pemerintah yaitu Dinas Kesehatan.

Dalam penelitian ini digunakan analisis: (1) R/C ratio, (2) Efisiensi pemasaran, (2) dan SWOT. Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut: (1) Penggunaan biaya produksi agroindustri mengkudu CV. Amalinda efisien, dengan nilai R/C ratio instan mengkudu 2,28 dan R/C sirup mengkudu

1,36; (2) Pemasaran hasil CV. Amalinda efisien dengan nilai efisiensi pemasaran (EP) instan mengkudu 30,50% dan sirup mengkudu 19,24% ; (3) Produktivitas tenaga kerja CV Amalinda untuk produk instan mengkudu pada bulan Oktober 2002-Januari 2003 adalah tinggi dengan nilai rata-rata tertimbang Rp.13.188,49/HKP, sedangkan produktivitas TK sirup pada periode Oktober 2002-September 2002 adalah tinggi dengan nilai rata-rata tertimbang Rp.61.288,19/HKP. Nilai tersebut dibandingkan dengan produktivitas kerja berdasarkan UMR Jember Rp. 10.516,67/HKP. Kesempatan kerja pada CV. Amalinda dipengaruhi target waktu dan produk yang ditentukan oleh pihak distributor ; (4) Prospek pengembangan dari agroindustri mengkudu CV Amalinda mempunyai peluang yang prospektif di masa mendatang dan berkemampuan kuat untuk mengembangkan usahanya (posisi white area).

Kata kunci : Efisiensi biaya, efisiensi pemasaran, produktivitas kerja, kesempatan kerja, prospek agroindustri mengkudu.



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Visi pembangunan pertanian masa depan adalah pertanian modern yang berbudaya industri dalam rangka membangun industri pertanian berbasis pada pedesaan. Makna yang dapat ditangkap dari visi tersebut adalah bahwa pembangunan pertanian mendatang pada hakekatnya merupakan kelanjutan pendalaman dan peningkatan dari pembangunan pertanian kita saat ini sebagai upaya mewujudkan pertanian yang tangguh, maju dan efisien. Untuk itulah misi pembangunan pertanian dirumuskan sebagai berikut (Baharsjah, 1997) :

- a. Pendekatan agribisnis
- b. Pemanfaatan sumberdaya pertanian secara optimal
- c. Peningkatan aktivitas-aktivitas ekonomi pedesaan
- d. Penciptaan kondisi yang menjamin perubahan pertanian berkelanjutan.

Persoalan yang dihadapi pembangunan agribisnis/agroindustri pada saat ini dan juga saat mendatang adalah bagaimana menciptakan sektor ini yang berorientasi pasar, efisien, kompetitif, dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Pengkondisian ke arah itu merupakan tantangan berat karena lambannya laju pengembangan sistem produk, pengemasan, pemasaran serta ketidakluwesannya atau kekakuan kelembagaan dan kaitannya dengan instrumen-instrumen kebijakan yang membatasi kemampuan sektor untuk melakukan pengaturan-pengaturan (Napitulu, 2000).

Keberadaan agroindustri diharapkan dapat meningkatkan permintaan komoditas pertanian karena sektor agroindustri ini berperan dalam mengubah produk pertanian menjadi bentuk yang dapat diterima konsumen secara lebih baik. Konsep pemikiran agroindustri dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu :

1. Agroindustri dapat berperan sebagai penghubung antar sektor pertanian dengan sektor industri
2. Agroindustri juga dapat berperan dalam upaya meningkatkan nilai komoditas pertanian (Taryoto, 1992).

Kedudukan agroindustri dalam sistem agribisnis adalah salah satu sub sistem yang bersama-sama subsistem lain membentuk sistem agribisnis. Sistem agribisnis terdiri dari subsistem input (agroindustri hulu), usahatani (pertanian), output (agroindustri hilir), pemasaran dan penunjang. Dengan demikian pembicaraan mengenai pembangunan agroindustri tidak dapat dilepaskan dari pembangunan agribisnis secara keseluruhan. Pengembangan agroindustri akan dapat meningkatkan permintaan hasil-hasil pertanian, sehingga dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian dan pendapatan petani (Masyuri, 2000).

Agroindustri di sini tidak hanya mengolah produk-produk pertanian yang berupa bahan pangan saja seperti singkong, kentang, jagung ataupun tanaman keras atau tahunan misalnya kelapa, coklat. Pengelolaan suatu produk agar mempunyai nilai tambah yang cukup tinggi juga dapat diusahakan pada tanaman /tumbuhan obat-obatan menjadi obat tradisional.

Tumbuhan obat merupakan salah satu sumberdaya alam potensial untuk digarap, terutama untuk memenuhi permintaan industri obat dan bahan kosmetika. Di Indonesia tidak kurang dari 1000 jenis tanaman obat yang telah dimanfaatkan baik secara tradisional sebagai obat maupun sebagai bahan kosmetika. Namun, selama ini pembudidayaan tanaman obat belum banyak diungkap sehingga informasinya sangat terbatas. Sebenarnya tumbuhan obat mempunyai peluang yang besar untuk pasar dalam negeri maupun sebagai komoditas ekspor non migas keluar negeri (Sudarto, 1997).

Obat-obatan modern dunia sampai dengan 25% bahan aktifnya langsung diekstrak dari tumbuhan tropis tingkat tinggi. Nilai obat modern yang berasal dari tumbuhan tropis seperti Eropa, Jepang, Australia, Kanada dan Amerika pada tahun 1995 mencapai 43 miliar dollar AS, sedangkan nilai jual obat tradisional didunia saat ini mencapai sekitar USD 7 miliar (Agrobis, 2002).

Prospek dan peluang bisnis tumbuhan obat Indonesia cukup menjanjikan dalam upaya meningkatkan pendapatan nasional. Terutama peluang bisnis untuk menemukan obat-obatan baru untuk penyakit aids, kanker, dan anti virus sangat

memungkinkan. Karena itu perlu dilakukan beberapa terobosan baru dalam upaya meningkatkan eksportnya.

Begitu halnya dengan komoditi mengkudu (*Morinda citrifolia*), buah yang semula tidak dilirik orang kini banyak diburu. Maraknya perhatian orang pada mengkudu dimanfaatkan oleh sejumlah perusahaan asing dan lokal. Perusahaan-perusahaan tersebut ramai-ramai memanfaatkan buah mengkudu yang lalu diolah dan dijual secara komersial (Utami, 2000).

Popularitas mengkudu makin melejit setelah Dr Ralph M. Heinicke dari Hawaii University meriset 8000 responden. Penelitian selama 45 tahun itu membuktikan, terapi mengkudu mengatasi beragam penyakit dengan tingkat kesembuhan 66% - 91% . Diantaranya masalah otot, kesehatan fisik dan mental, stres, ginjal, arthritis, hipertensi, diabetes, stroke, jantung, gangguan pencernaan, gangguan pernafasan dan kanker. Setelah tabir khasiat mengkudu tersingkap, buah yang disebut noni oleh masyarakat Hawaii itu banyak diburu. Kini industri olahan mengkudu menjamur (Paimin, 2002).

Sebagaimana bidang usaha pada umumnya, usaha pengolahan mengkudu ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Menurut Mulyadi (1982), ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan, sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu harga jual produk, biaya produksi dan pemasaran produk serta penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi. Volume produksi mempengaruhi biaya. Total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dibagi volume produk yang dihasilkan akan membentuk harga pokok. Harga pokok ditambah dengan laba nantinya akan membentuk harga jual. Tinggi rendahnya harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, dimana volume penjualan dipengaruhi banyak faktor misalnya daya beli dan keinginan masyarakat. Dari penjualan tersebut dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun agar perusahaan tidak mengalami kerugian, sehingga volume akan mempengaruhi

kegiatan produksi. Volume produksi disesuaikan dengan tingkat penjualan dan riset pasar untuk menghindari *over product* dan efisiensi biaya.

Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan-tujuan organisasional bergantung pada penetapan kebutuhan dan keinginan dari pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien daripada perusahaan persaingan. Karena itu segala perencanaan, kebijakan dan kegiatan perusahaan harus didasarkan pada kebutuhan dan keinginan pembeli (Kotler, 1996).

Berdasarkan informasi dari Dinas Kesehatan terdapat lima agroindustri mengkudu yang ada di Kabupaten Jember, antara lain :

Tabel 1. Agroindustri mengkudu di Kabupaten Jember

Nama Agroindustri	Alamat
- Morinda House	Jl. Rambutan I/9 Jember
- Alam Segar	Dusun Unjur Sempolan Jember
- Paradiso	Jl. Mangga II/8
- Mubarak	Moh. Soerodji IV/43
- CV.Amalinda	BTN Baratan Indah 15

Sumber : Dinas Kesehatan, 2003

Selain itu, terdapat dua agroindustri mengkudu binaan Dinas Pertanian dan Pangan namun belum mendapat izin usaha Dinas Kesehatan.

CV. Amalinda merupakan salah satu agroindustri yang mengolah mengkudu menjadi sirup mengkudu dan instant mengkudu. Biasanya kuantitas produksi berdasarkan permintaan dari pihak distributor. Produksi instan mengkudu (produk jadi dalam bentuk pengemasan sementara yaitu pengemasan dalam plastik klip tanpa pembungkus luar yang berlabel) dipengaruhi oleh tenaga kerja dan ketersediaan bahan jadi instan (berupa serbuk/butiran halus). Penggunaan tenaga kerja disini akan mempengaruhi produktivitas kerja yaitu produksi yang diharapkan oleh perusahaan khususnya dalam menetapkan produksi harian. Harapan-harapan mengenai mengenai produksi, biaya produksi dan hasil penjualan produksi menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam penggunaan tenaga kerja (penawaran kesempatan kerja) karena banyaknya

kesempatan kerja yang ditawarkan perusahaan bergantung pada berbagai pengharapan tersebut. CV Amalinda menggunakan pihak kedua sebagai distributor atau pemasar dari produknya. Masing – masing produk ditangani oleh distributor yang berbeda, sehingga saluran pemasaran dari kedua produk tersebut sesuai dengan aktivitas masing-masing distributor. CV. Amalinda tersebut bisa dikatakan masih baru di dunia usaha pengolahan mengkudu dan merupakan salah satu agroindustri mengkudu yang ada di Jember . Bertolak dari hal tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang efisiensi biaya, efisiensi pemasaran agroindustri mengkudu, produktivitas dan kesempatan kerja serta prospek pengembangan agroindustri mengkudu.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri mengkudu CV. Amalinda ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran agroindustri mengkudu CV. Amalinda ?
3. Bagaimanakah produktivitas tenaga kerja dan kesempatan kerja pada CV Amalinda?
4. Bagaimana prospek pengembangan agroindustri mengkudu CV. Amalinda ?

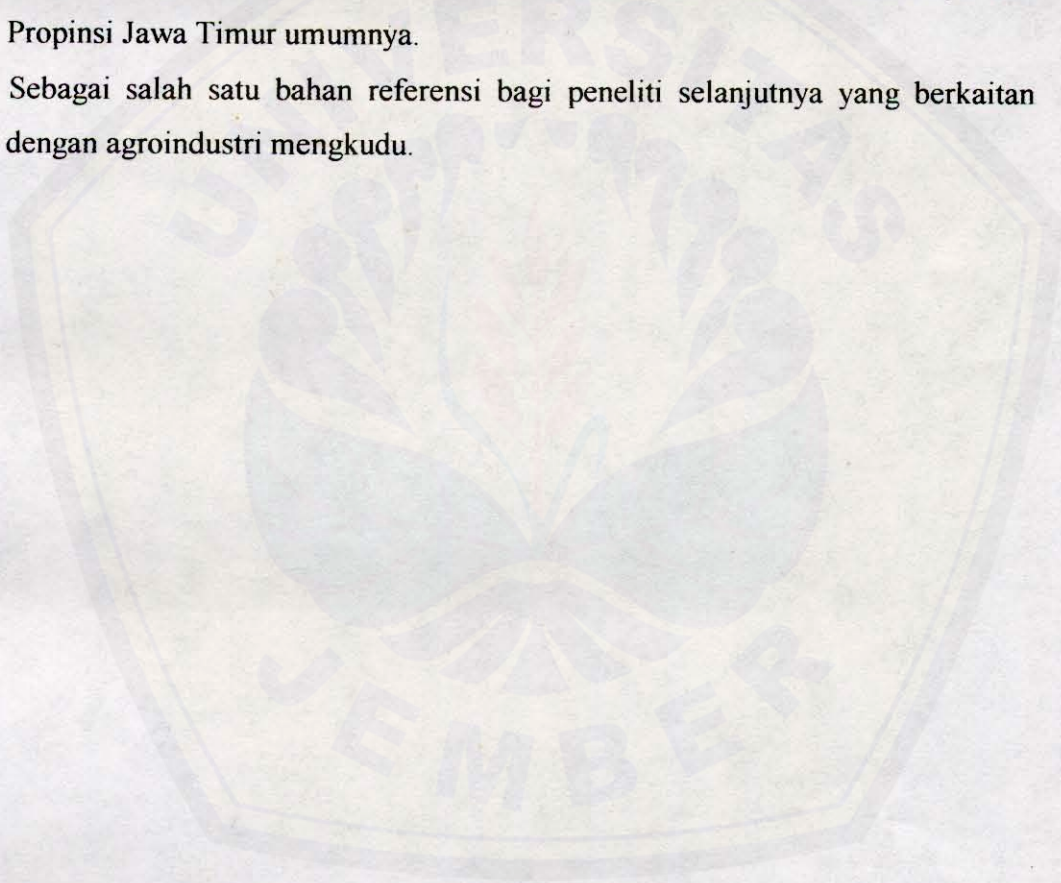
1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui efisiensi biaya produksi CV Amalinda
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran CV Amalinda
3. Untuk mengetahui produktivitas kerja tenaga kerja dan kesempatan kerja pada CV Amalinda
4. Untuk mengetahui prospek pengembangan agroindustri mengkudu CV. Amalinda.

1.3.2 Kegunaan

1. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam memproduksi produk olahan mengkudu khususnya dalam hal efisiensi biaya, pengambilan keputusan guna meningkatkan pendapatan, serta dalam menentukan langkah untuk mengembangkan agroindustri mengkudu.
2. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah dalam menentukan kebijakan tentang pengembangan sektor agribisnis terutama pembinaan dan pengembangan agroindustri mengkudu di Kabupaten Jember khususnya dan Propinsi Jawa Timur umumnya.
3. Sebagai salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan agroindustri mengkudu.





II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Karakteristik Mengkudu (*Morinda citrifolia*)

Mengkudu memiliki nama latin *Morinda citrifolia*. Marga (Genus) *morinda* meliputi sekitar 50 hingga 80 species. Carolus Linnaeus, seorang ahli klasifikasi tanaman mengklasifikasikan mengkudu yaitu (Sjabana, 2002) :

Divisio	: <i>Spermatophyta</i> (tumbuhan berbiji; tingkat tinggi karena berbiji dan berbunga)
Sub divisio	: <i>Angiospermae</i> (tumbuhan biji tertutup)
Class	: <i>Dicotyledone</i>
Sub class	: <i>Sympetalae</i> (ciri khas: memiliki daun-daun mahkota yang berlekatan satu sama lain, sehingga di bagian bawah merupakan pipa atau pembuluh)
Ordo	: <i>Rubiales</i>
Famili	: <i>Rubiaceae</i>
Genus	: <i>Morinda</i>
Species	: <i>Morinda citrifolia</i> L

Morinda citrifolia tumbuh liar di pesisir pantai di seluruh wilayah Indonesia. Ada juga yang sengaja ditanam sebagai peneduh karena sosok tanaman bercabang banyak dan bertajuk lebar. Di Indonesia tanaman berjuluk Queen of *Morinda* ini juga dikenal dengan nama pace (Jawa), mengkudu (Melayu), cangkadu (sunda), dan mangkudu (Batak) (Paimin dan Adijaya, 2001)

Tanaman mengkudu berupa perdu setinggi 3 – 8 m dan berbatang bengkok. Daun berbentuk bulat telur sampai lanset dengan lebar 8 – 15 cm, dan panjang 10 – 20 cm. Bunga putih, kecil, dan menggerombol pada satu dasar bersama yang membengkak benjol-benjol sampai disebut bonggol. Saat bunga rontok, bekas tempatnya tampak seperti kutil pada kulit bonggol itu. Bonggol bunga itu membengkak kemudian mengukuhkan diri menjadi buah mengkudu (Paimin dan Adijaya, 2001).

Buah siap panen di tandai dengan warna kulit merata putih kekuningan, tetapi kondisi daging cukup keras. Buah yang kelewat matang akan rontok bila tidak dipetik. Ciri-cirinya kulit buah putih bening dengan daging keputihan, sangat lembek dan mulai membusuk (Paimin, 2002).

Penelitian yang dilakukan telah mengidentifikasi beberapa protein dan nukleotida dari sel tanaman mengkudu. Penelitian lain membuktikan, buah mengkudu kaya berbagai enzim alami senyawa fitonutrien dan alkaloid proxeronin, trepenoid, anthraquinones, asam askorbat, scorpoletin, scrotonin, damnacanthal (Paimin dan Adijaya, 2001).

2.1.2 Khasiat dan Pengolahan Mengkudu

Penelitian ilmiah mengenai khasiat mengkudu sudah dilaporkan sejak 1949 dalam *Pacific Science*. Laporan mengatakan bahwa, suatu zat anti bakteri dalam mengkudu bisa melawan penyakit akibat *Escherichia coli*, *stapylococcus aureus*, *M pyrogene*, dan *P. aeruginosa* (Paimin, 2002).

Menurut Dr. Mona Harrison dari Fakultas Kedokteran Boston University sari buah mengkudu membantu penyediaan xeronin dalam tubuh. Proxeronin dalam buah mengkudu dihancurkan oleh asam lambung menjadi xeronin. Xeronin tersebut berfungsi memperbaiki protein yang berubah bentuk dan sifat. Manfaat lain adalah memperbaiki fungsi kelenjar tiroid dan kelenjar timus. Keduanya penting bagi kekebalan tubuh menghadapi infeksi dari luar. Menyeimbangkan fungsi sel-sel tubuh dan menormalkan fungsi otak juga andil dari kedua kelenjar itu (Paimin, 2002).

Komponen aktif lain *scopoletin*, suatu zat hidroksi-metoksikumarin yang mengandung serotonin. Salah satu fungsinya sebagai neurotransmitter. Di dalam otak ia berperan mengantar sinyal saraf (Paimin, 2002).

Anthraquinone dalam buah mengkudu bersifat antiseptik dan antibakteri dan menyembuhkan infeksi tubuh. Ini dibuktikan Anne Hirazumi pada 1997 dalam tesis doktornya. Menurut Hirazumi endapan sari buah mengkudu mengandung beberapa jenis gula seperti galaktosa, rhamnosa, dan asam glukuronat. Zat-zat itu berdaya antitumor dan mensrimulasi kekebalan tubuh (Paimin, 2002).

Berbagai penelitian membuktikan, mengkudu mampu menyembuhkan beragam penyakit karena kandungan kimianya. Misalnya meningkatkan daya tahan tubuh, menormalkan tekanan darah, analgetik, antiradang, antialergi, mengatur siklus suasana hati, dan mengatasi siklus energi tubuh (Paimin dan Adijaya, 2001).

Buah mengkudu dapat digunakan sebagai obat tradisional untuk penyembuhan penyakit darah tinggi, edema, sembelit dan perut kembung. Buah yang masak dapat digunakan untuk radang tenggorokan dan penderita narkotika. Setiawan Dalimarta dan Hembing menyarankan air perasan buah mengkudu yang tua serta masak sebagai pengobatan tradisional terhadap tekanan darah tinggi (Sjabana, 2002).

Peneliti asal Universitas Hawaii, Dr Ralp M. Henicke menemukan adanya hubungan antara jus mengkudu dengan sejumlah zat pembawa xeronine proxeronine. Pada usus, molekul itu akan melepas xeronine murni ketika terjadi kontak dengan enzim khusus yang terdapat pada jus mengkudu. Menurutny, xeronine akan bekerja pada tahap molekular untuk memperbaiki protein yang mengalami perubahan bentuk dan sifat (Utami, 2000).

Lebih lanjut peneliti yang menghabiskan 45 tahun untuk mempelajari alkaloid ini mengomentari beberapa penyakit yang mungkin bisa berpengaruh baik setelah mengkonsumsi jus mengkudu. Diantaranya kram menstruasi, depresi mental, salah urat (keseleo), pelukaan gangguan pencernaan dan lemah fisik akibat umur lanjut (Utami, 2000).

Buah mengkudu sebagian besar dan yang paling populer adalah dalam bentuk sediaan jus, selanjutnya adalah kapsul dari ekstrak mengkudu. Walau dalam bentuk kapsul, ekstrak buah mengkudu tetap tergolong dalam obat tradisional, yang di Indonesia disebut jamu (Sjabana, 2002).

2.1.3 Teori Produksi dan Efisiensi Produksi

Produksi menurut Miller dan Meiners (1997), diartikan sebagai penggunaan/pemanfaatan sumberdaya yang mengubah komoditi menjadi komoditi lainnya yang sama sekali berbeda baik dalam pengertian apa yang dapat dikerjakan oleh konsumen terhadap komoditi itu. Jadi dapat disimpulkan bahwa

produk merupakan konsep arus (*flow concept*) yang artinya produksi merupakan kegiatan yang diukur sebagai tingkat output / unit outputnya sendiri senantiasa diasumsikan konstan kualitasnya. Jadi peningkatan produksi adalah peningkatan tiap output dengan mengkonsumsi faktor-faktor lain yang sekiranya berpengaruh tidak berubah sama sekali (konstan).

Fungsi produksi adalah hubungan antara output fisik dengan input fisik yang menunjukkan kuantitas maksimum output yang dapat dihasilkan dari serangkaian input (*ceteris paribus*). *Ceteris paribus* ini mengacu pada berbagai kemungkinan teknis/proses produksi yang ada untuk mengolah input tersebut menjadi output (Miller dan Meiner, 1997).

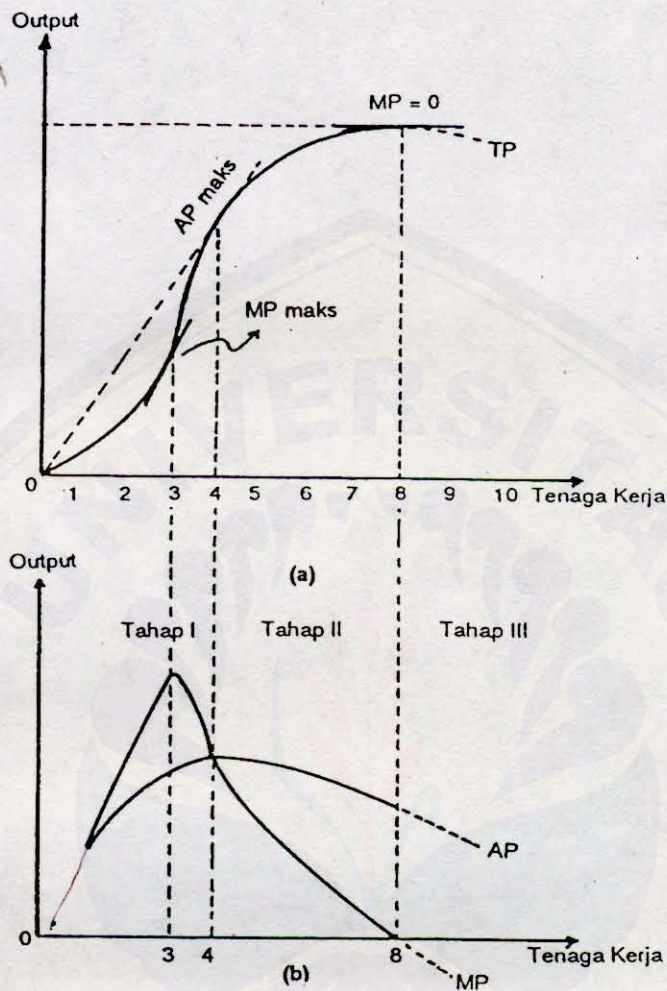
Hubungan antara hasil produksi fisik (output) dengan faktor-faktor produksi (input) ditunjukkan dalam suatu fungsi produksi. Untuk dapat menggambarkan secara jelas dan menganalisa peranan masing-masing faktor produksi maka dari jumlah faktor-faktor produksi salah satu faktor produksi dianggap variabel (berubah-ubah) sedangkan faktor lainnya konstan. Bentuk matematis sederhana yang dijelaskan Mubyarto (1995) dari fungsi produksi sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Y = hasil produksi fisik

$X_1 \dots X_n$ = faktor-faktor produksi

Pada umumnya hubungan antara faktor-faktor produksi tersebut akan cenderung berbentuk kombinasi dari kenaikan hasil yang bertambah dan kenaikan hasil yang berkurang yang digambarkan dalam hukum *The Law of Diminishing Return*. Hubungan antara produk fisik total, marginal dan rata-rata tersebut terlihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Tahapan dalam suatu proses produksi

(Rahardja dan Manurung, 2000)

- Daerah A (*Irrational region*)

Penambahan tenaga kerja akan meningkatkan produksi total maupun produksi rata-rata. Karena itu hasil yang diperoleh dari tenaga kerja masih jauh lebih besar dari tambahan upah yang harus dibayarkan. Perusahaan rugi jika berhenti produksi pada tahap ini (*Slope* kurva TP meningkat tajam).

- Daerah B (*Rational region*)

Karena berlakunya *Labour Diminishing Return*, baik produksi marjinal maupun produksi rata-rata mengalami penurunan. Namun nilai keduanya masih positif. Penambahan tenaga kerja akan tetap menambah produksi total sampai mencapai nilai maksimum.

- Daerah C (*Irrational region*)

Perusahaan tidak mungkin melanjutkan produksi, karena penambahan tenaga kerja justru menurunkan produksi total. Perusahaan akan mengalami kerugian (*slope* kurva TP negatif).

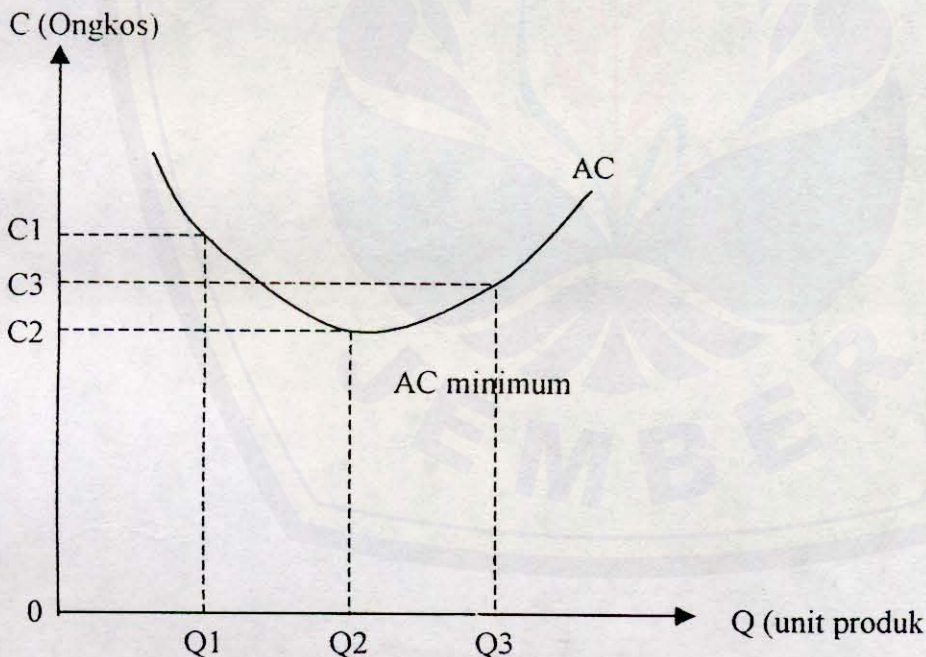
Efisien merupakan ukuran yang menunjukkan bagaimana sebaiknya sumberdaya ekonomi digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan output. Kebanyakan sistem produksi berfokus pada efisiensi yaitu memproduksi output semaksimal mungkin pada tingkat penggunaan input yang tetap atau memproduksi output pada tingkat tertentu dengan biaya produksi seminimal mungkin (Gasperz, 2000).

Penentuan jumlah produk yang akan di produksi merupakan hal yang penting karena berhubungan dengan efisiensi secara ekonomis penggunaan faktor produksi. Besar kecilnya jumlah produk yang akan diproduksi dapat menentukan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan, maka membutuhkan suatu perencanaan produksi yang tepat. Luas produksi yang terlalu besar dapat mengakibatkan suatu pemborosan dalam perongkosan dan investasi aktiva tetap dan bahan baku. Juga akan dapat mengakibatkan kerusakan barang jadi, karena terlalu lama disimpan dan disini akan memperbesar biaya pemeliharaan dan biaya penyimpanan di gudang. Dengan demikian alokasi yang tepat dari faktor-faktor produksi, seperti bahan baku dan bahan pembantu, akan dapat menghindarkan pemborosan sehingga akan dapat tercapai efisiensi produksi (Sumarni dan Soeprihanto, 2000)

Volume suatu produk yang secara teknis dapat diproduksi oleh suatu perusahaan, namun dikarenakan dalam suatu periode tertentu tidak ekonomis untuk diproduksi akan ditinggalkan dalam penyusunan perencanaan produksi pada

periode tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa volume produksi pada periode saat ini dengan yang akan datang tidak harus sama (berubah-ubah), karena disesuaikan dengan kondisi pasar termasuk tingkat penjualan serta hubungannya dengan efisiensi biaya. Dengan demikian diharapkan bahwa proses produksi yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut akan berhasil dengan baik, ekonomis, serta tidak menimbulkan berbagai kerugian dan hambatan terhadap kegiatan operasi perusahaan yang bersangkutan (Ahyari, 1991).

Pemilihan teknologi (mesin serta peralatan produksi) juga perlu diperhatikan dalam penentuan jumlah produksi. Hal ini sangat perlu karena penggunaan teknologi yang tepat serta perencanaan kapasitas yang tepat pula akan dapat memberikan penyelesaian kegiatan produksi dalam suatu perusahaan dengan efektif dan efisien (tidak ada in efisiensi pelaksanaan kegiatan produksi) (Ahyari, 1991).



Gambar 2. Optimum perusahaan

Kombinasi $0Q_2$ dan $0C_2$ menghasilkan AC minimum yaitu perongkosan yang terendah. Disinilah terjadi efisiensi faktor-faktor produksi, atau perusahaan bekerja pada kapasitas penuh (*Full Capacity*). Pada AC minimum ini, perusahaan berada pada optimum perusahaan. Untuk mencapai kapasitas penuh (*Full*

Capacity) bagi suatu perusahaan merupakan hal yang tidak mudah. Dalam keadaan ini perusahaan hanya dapat berusaha meminimumkan kapasitas mesin-mesin yang menganggur (Sumarni dan Soeprihanto, 2000).

2.1.4 Produktivitas Kerja dan Kesempatan Kerja

Produktivitas mengandung pengertian filosofis, definisi kerja dan teknis operasional. Secara filosofis, produktivitas mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan. Keadaan ini harus lebih baik dari kemarin, dan mutu kehidupan besok harus lebih baik dari hari ini. Pandangan hidup dan sikap mental yang demikian akan mendorong manusia untuk tidak cepat merasa puas, akan tetapi harus terus mengembangkan dan meningkatkan kemampuan kerja (Simajuntak, 1985).

Untuk definisi kerja, produktivitas merupakan perbandingan antara hasil yang dicapai (keluaran) dengan keseluruhan sumber daya (masukan) yang dipergunakan per satuan waktu. Definisi kerja ini mengandung cara atau metode pengukuran. Dengan pendekatan sistem, faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan perusahaan dapat digolongkan pada tiga kelompok, yaitu : yang menyangkut kualitas dan kemampuan fisik karyawan, sarana pendukung dan supra sarana (Simajuntak, 1985).

Pengukuran merupakan bagian penting dari kebijaksanaan produktivitas. Pengukuran produktivitas memperlihatkan baik tingkat produktivitas maupun perubahannya yang terjadi di dalam perubahan waktu. Hal yang penting dalam pengukuran produktivitas yaitu baik keluaran maupun masukan yang digunakan keduanya harus dapat diukur. Ukuran output yang dapat dinyatakan dalam bentuk antara lain jumlah satuan fisik produk, nilai rupiah produk, jumlah laba kotor dan nilai tambah. Sedangkan produktivitas tenaga kerja ukuran input dapat dinyatakan dalam bentuk : jumlah tenaga kerja, jumlah jam orang, jumlah biaya tenaga kerja, jumlah jam mesin, jumlah material, jumlah biaya material dan jumlah biaya keseluruhan (Simajuntak, 1985).

Menurut Soehardjo dan Patong dalam Wahyuni (1999), pengukuran produktivitas tenaga kerja yaitu :

$$\text{Produktivitas Tenaga Kerja} = \frac{\text{Output}}{\text{Input Tenaga Kerja}}$$

Jadi ukuran produktivitas total mencerminkan akibat dari gabungan input dalam rangka menghasilkan output.

Permintaan tenaga kerja dapat terjadi karena peningkatan produktivitas kerja. Pertambahan produktivitas kerja dapat mempengaruhi kesempatan kerja melalui beberapa cara. Disatu pihak peningkatan produktivitas kerja berarti bahwa untuk memproduksi hasil dalam jumlah yang sama diperlukan karyawan lebih sedikit sebab itu, bila jumlah hasil produksi tetap sama, sebagian karyawan dapat dilepaskan. Dipihak lain, peningkatan produktivitas kerja menurunkan biaya produksi per unit barang. Dengan turunnya biaya produksi per unit, pengusaha dapat menurunkan harga jual barang, dan oleh sebab itu permintaan masyarakat akan barang tersebut bertambah. Pertambahan permintaan akan barang mendorong pertambahan produksi, dan selanjutnya menambah permintaan akan tenaga kerja (Simajuntak, 1985).

Masalah upah ditinjau dari segi makro menyangkut hubungan antara upah dengan produktivitas tenaga kerja dan kesempatan kerja. Upah pada dasarnya merupakan sumber utama penghasilan seseorang, sebab itu upah harus cukup memenuhi kebutuhan karyawan dan keluarganya dengan wajar. Kewajaran dapat dinilai dan diukur dengan Kebutuhan Hidup Minimum atau KFM. Sehubungan dengan hal tersebut, pemerintah telah mengembangkan penerapan upah minimum. Sasarannya adalah supaya upah minimum itu paling sedikit cukup menutupi kebutuhan hidup minimum karyawan dan keluarganya. Dengan demikian, kebijaksanaan penentuan upah minimum adalah : menjamin penghasilan karyawan sehingga tidak lebih rendah dari suatu tingkat tertentu, meningkatkan produktivitas kerja karyawan, mengembangkan dan meningkatkan perusahaan dengan cara-cara produksi yang lebih efisien (Simajuntak, 1985).

2.1.5 Teori Biaya Produksi dan Efisiensi*Biaya Produksi

Biaya dalam arti luas adalah penggunaan sumber-sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk objek atau tujuan tertentu (Suciati dkk, 2001).

Dalam ilmu ekonomi pengertian biaya adalah biaya kesempatan. Konsep ini tetap dipakai dalam analisis teori biaya produksi. Berkaitan dengan konsep tersebut, dikenal biaya eksplisit (*eksplisit cost*) dan biaya implisit (*implisit cost*) serta biaya incremental. Biaya kesempatan merupakan ukuran hilangnya suatu kesempatan penghasilan atau penghematan biaya akibat dipilihnya satu alternatif keputusan tertentu. Biaya eksplisit adalah pengeluaran tunai yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka produksi tersebut. Sementara itu biaya implisit merupakan biaya produksi yang tidak berbentuk pengeluaran tunai. Biaya incremental adalah biaya-biaya yang akan ditambahkan jika suatu alternatif keputusan telah dipilih untuk dilaksanakan (Wiratmo, 1992).

Biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual (Suciati dkk, 2001). Biaya produksi dapat dibedakan menjadi dua golongan yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi besar kecilnya produksi, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi. Biaya total merupakan penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel, sehingga dapat di formulasikan sebagai berikut (Rahardja dan Manurung, 2000) :

$$TC = FC + VC$$

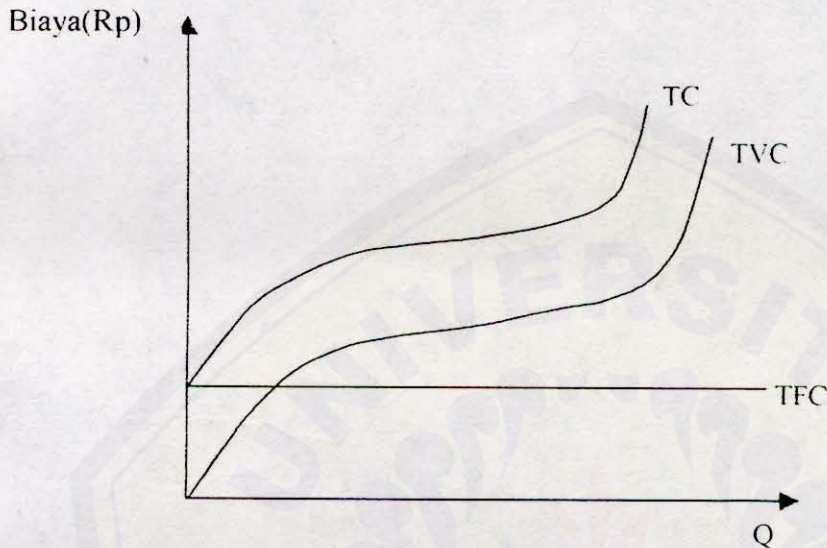
Keterangan :

TC = total biaya (total cost)

FC = biaya tetap (fixed cost)

VC = biaya variabel (variabel cost)

Kurva biaya-biaya untuk fungsi produksi dapat dilihat pada gambar 3 (Rahardja dan Manurung, 2000) :



Gambar 3 Kurva Biaya

Keterangan : TC = Total Cost
TVC = Total Variabel Cost
TFC = Total fixed Cost
Q = Kuantitas

Kurva FC atau TFC mendatar menunjukkan bahwa besarnya biaya tetap tidak tergantung pada jumlah produksi. Kurva VC atau TVC membentuk huruf S terbalik, menunjukkan hubungan terbalik antara tingkat produktivitas dengan besarnya biaya. Kurva TC sejajar dengan TVC menunjukkan bahwa dalam jangka pendek, perubahan biaya total semata-mata ditentukan oleh perubahan biaya variabel (Rahardja dan Manurung, 2000)

Biaya tetap total (TFC) mencerminkan seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk pembelian faktor produksi tetap. Dan biaya variabel total (TVC) mencerminkan seluruh pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk pembelian faktor produksi variabel. Biaya variabel total besarnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan faktor produksi variabel (yang berarti pula perubahan tingkat output) (Suciati dkk, 2001).

Menurut Soekartawi (1993), konsep efisiensi dalam penggunaan faktor produksi dapat digolongkan menjadi 3 macam, yaitu efisiensi teknis, efisiensi harga (alokatif) dan efisiensi ekonomi. Penggunaan faktor produksi dikatakan efisien secara teknis bila faktor produksi yang dipakai dapat menghasilkan produksi yang maksimum. Efisiensi harga / alokatif tercapai bila nilai dari produk marginal sama dengan harga faktor produksi yang bersangkutan. Sementara itu efisiensi ekonomi terjadi bila usaha yang dilakukan mencapai efisiensi teknis sekaligus efisiensi harga.

Pada setiap akhir produksi pengusaha akan menghitung berapa hasil bruto produksinya. Semuanya ini dinilai dalam uang. Tetapi tidak semua hasil ini diterima oleh pengusaha. Hasil itu harus dikurangi dengan biaya-biaya yang harus dikeluarkannya. Setelah semua biaya-biaya tersebut dikurangi barulah pengusaha memperoleh apa yang disebut hasil bersih. Apabila hasil bersih usaha besar maka ini mencerminkan rasio yang baik dari nilai hasil dan biaya. Makin tinggi rasio ini berarti usaha makin efisien (Mubyarto, 1995).

Menurut Soekartawi (1995), pendapatan yang besar tidak selalu mencerminkan efisiensi biaya yang tinggi, karena adanya keragaman pendapatan yang bisa diperoleh dengan menggunakan biaya produksi yang tinggi. Efisiensi biaya dapat diukur dengan analisa R/C ratio yang merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya produksi. Nilai R/C ratio ini menunjukkan besarnya pendapatan yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk produksi. Nilai R/C ratio ini sangat dipengaruhi oleh besarnya penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing pengusaha. Secara matematis dapat di formulasikan sebagai berikut :

$$a = R / C$$

$$R = P_y \cdot Y$$

$$C = FC + VC$$

$$a = \left\{ (P_y \cdot Y) / (FC + VC) \right\}$$

dimana :

a = efisiensi biaya

R = penerimaan

C	= biaya
Py	= harga output
Y	= output
FC	= biaya tetap
VC	= biaya variabel

2.1.6 Teori Pemasaran

Menurut Swastha (1996), konsep pemasaran (marketing) menggunakan tiga faktor dasar yaitu :

1. Seluruh perencanaan dan kegiatan perusahaan, harus berorientasi pada konsumen / pasar
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

Saluran / lembaga pemasaran menjalankan pekerjaan menyalurkan komoditas hasil pertanian dari produsen ke konsumen, lagi pula saluran pemasaran ini sangat bervariasi baik dalam penyaluran satu jenis komoditas maupun lain jenis komoditas (Mubyarto, 1995).

Sistem tataniaga dianggap efisien jika memenuhi 2 syarat yaitu : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar ke konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu (Mubyarto, 1995).

Setelah barang selesai dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut di pasar. Hal ini menyangkut masalah penentuan strategi penyaluran, termasuk pemilihan saluran distribusi/penanganan secara fisik dan distribusi fisik. Saluran distribusi ini merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan situasi pemasaran yang berbeda untuk berbagai macam pasar/lembaga usaha (Swastha, 1987).

Menurut Soekartawi (1989), lebih lanjut dikatakan “semakin efisien kerja lembaga-lembaga pemasaran maka akan semakin menguntungkan bagi semua pihak. Efisiensi ini bagi konsumen dapat berakibat harga yang lebih murah dengan tingkat pelayanan yang sama. Efisiensi ini bagi produsen dapat berakibat bertambahnya bagian keuntungan yang diterimanya. Efisiensi pemasaran bagi lembaga pemasaran memberikan kemungkinan untuk menekan biaya pemasaran agar keuntungan yang diperoleh lebih besar.

Analisis biaya pemasaran di pakai untuk menentukan biaya-biaya yang dibutuhkan guna pelaksanaan kegiatan pemasaran. Dalam saluran distribusi memegang peranan penting. Saluran distribusi yang panjang jelas akan menimbulkan harga per unit yang lebih tinggi, sebaliknya saluran distribusi pendek akan menekan harga per unit. Dalam memilih salah satu jenis distribusi ini, faktor lain yakni sifat pemasaran harus pula menjadi bahan pertimbangan. Perusahaan yang pemasarannya bersifat lokal tentu akan memilih saluran distribusi yang pendek (Manullang, 1994).

Efektivitas pemasaran menyangkut efisiensi pemasaran (E_p) yang diukur dengan rumus (Soekartawi, 1989) :

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dijual}} \times 100\%$$

Persentase perbandingan antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dijual tersebut dapat dijadikan tolok ukur untuk mengetahui efisiensi tidaknya saluran pemasaran, sehingga saluran pemasaran dikatakan efisien bila persentase efisiensi pemasaran semakin kecil.

2.1.7 Teori SWOT.

Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti, 1997).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 1997).

Faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi dalam suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) yang kemudian disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Keunggulan perusahaan yang tidak dimiliki perusahaan pesaing harus diintegrasikan ke dalam budaya organisasi sedemikian rupa, sehingga perusahaan lain tidak mudah meniru. Selanjutnya, manajemen puncak perlu menganalisis hubungan antara fungsi-fungsi manajemen perusahaan dengan mempelajari struktur perusahaan, budaya perusahaan dan sumberdaya perusahaan (Rangkuti, 1997).

Selain faktor internal, seorang manajer harus menganalisis faktor-faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman) dalam tabel EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*). Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi perusahaan di masa yang akan datang. Untuk itu penggunaan metode-metode kuantitatif sangat dianjurkan untuk membuat peramalan dan riset operasi (Rangkuti, 1997).

Setelah mengetahui faktor strategi eksternal dan internal, maka berdasarkan total skor kedua faktor tersebut disusun matrik IE (Internal eksternal). Matrik internal eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric*. Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail (Rangkuti, 1997).

BCG Growth/Share Matrix, diciptakan pertama kali oleh Boston Consulting Group (BCG). Matriks/ tabel ini menunjukkan posisi kompetitif relatif suatu perusahaan, yang terdiri dari empat kuadran. Nilai dari analisis faktor internal dan eksternal yang diperoleh dimasukkan pada tabel/matriks tersebut, sehingga posisi perusahaan diketahui. Tujuannya antara lain : mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik *cash flow*-nya, mengembangkan portofolio produk perusahaan sehingga jelas kekuatan dan kelemahannya, mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk dipasaran (Rangkuti, 1997).

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini terdiri dari empat set kemungkinan alternatif strategis :

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sektor pertanian di Indonesia dianggap penting karena peranan sektor pertanian terhadap penyediaan lapangan kerja, penyedia pangan, penyumbang devisa negara, terlebih lagi bagi sektor industri jika sektor pertanian pemasok bahan baku bagi sektor industri tersebut. Sektor pertanian dianggap sebagai pemasok bahan baku yang handal bagi agroindustri jika persyaratan waktu, tempat, bentuk, jumlah dan harga dipenuhi (Soekartawi, 1996).

Analisis lingkungan internal dan eksternal berperan penting bagi perusahaan dimasa mendatang. Hal ini terkait erat dengan kemampuan melihat peluang usaha, kekuatan, kelemahan dan ancaman. Tantangan berusaha dari luar yang sifatnya mengarah pada persaingan usaha dan hambatan usaha lebih banyak berasal dari dalam diri perusahaan itu sendiri, untuk itu diperlukan analisis SWOT tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Rangkuti, 1997).

Agroindustri memiliki prospek yang cerah dalam sistem agribisnis, mengingat sangat erat kaitannya dengan sumberdaya alam (pertanian), sumberdaya manusia yang tersedia, dan peluang pasar yang besar baik dalam negeri maupun ekspor. Permintaan pasar dunia terhadap produk agroindustri diperkirakan akan meningkat secara mantap. Hal ini terbukti dengan banyaknya produsen produk agroindustri (khususnya produk pertanian), berburu bahan baku produknya untuk memenuhi permintaan ekspor. Di Jabotabek, 30 produsen skala rumah tangga butuh 50 ton buah segar untuk memproduksi 10.000 liter jus mengkudu per bulan. Semuanya butuh bahan baku untuk memenuhi permintaan ekspor dan lokal. Contoh lain yaitu PT. Cakra Sarana Persada Jakarta berencana membuka perkebunan seluas 400 hektar untuk memenuhi permintaan jus dan pasta mengkudu dari luar negeri (Paimin dan Adijaya, 2002).

Pada saat ada kecenderungan masyarakat untuk beralih ke bahan-bahan alami, peluang tanaman obat sebagai komoditas perdagangan semakin besar (Sudarto, 1997). Menurut Sjabana (2002), saat terjadinya krisis moneter dan hingga saat ini, tampaknya pemanfaatan obat tradisional semakin meningkat. Mahalnya obat modern menjadi faktor penting dalam peningkatan ini. Deregulasi pemerintahan di bidang pengembangan obat tradisional juga memegang peranan

yang besar. Mengkudu (*Morinda citrifolia*) merupakan salah satu tanaman obat yang banyak dimanfaatkan oleh produsen skala rumah tangga maupun pabrik sebagai bahan baku produknya. Begitu luasnya penggunaan tanaman mengkudu dalam pengobatan tradisional atau alami menyebabkan adanya daftar panjang penggunaannya pada berbagai masyarakat didunia, sehingga prospek pengembangan agroindustri mengkudu sebagai obat tradisional memiliki peluang yang cukup besar (Sjabana, 2002).

Kompetisi pada agroindustri mengkudu CV. Amalinda dibutuhkan agar agroindustri tersebut merasa tertantang untuk maju. Untuk itu agroindustri perlu memperhatikan lingkungan usaha yang ada agar agroindustri tersebut berkembang menjadi lebih baik. Lingkungan tersebut terdiri dari lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal mencakup kekuatan dan kelemahan. Kekuatan itu sendiri meliputi lokasi usaha, harga bahan baku, sarana produksi, ketersediaan tenaga kerja, diversifikasi produk, pengendalian mutu produk, komposisi produk, modal, teknologi, pemberian upah, pembagian kerja tenaga kerja, struktur organisasi. Kelemahannya antara lain kendala proses produksi, pembukuan, kuantitas sarana produksi, sistem perekrutan tenaga kerja, hubungan dengan distributor, distribusi produk, kontinuitas bahan baku. Lingkungan eksternal mencakup peluang yang seharusnya diraih dan ancaman yang berpengaruh terhadap masa depan agroindustri. Peluang tersebut antara lain kesesuaian kualitas produk dengan selera konsumen, harga produk, daerah pemasaran produk, pelanggan (konsumen tetap), adanya pembinaan dari pemerintah, budaya, pesaing lokal, khasiat dan kandungan mengkudu. Ancamannya meliputi kesadaran penduduk, persaingan dengan produk lain yang sejenis, kedudukan produk, fluktuasi harga gula, dan daya beli masyarakat. Dengan data internal dan eksternal tersebut, dapat dilakukan analisis SWOT dengan menyusun matrik internal dan eksternal, matrik posisi kompetitif relatif untuk mengetahui posisi perusahaan, serta dapat disusun alternatif strategi.

Setiap pengusaha termasuk pengusaha yang berkecimpung dalam agroindustri mengkudu selalu berusaha agar hasil-hasil yang diperoleh dari usahanya lebih produktif dan efisien. Usaha yang produktif adalah usaha yang memiliki produktivitas tinggi, sedangkan usaha yang efisien adalah usaha yang secara ekonomis menguntungkan dalam penggunaan biaya untuk berproduksi yang dilakukan dengan menekan biaya yang serendah-rendahnya untuk hasil produksi dan pendapatan yang setinggi-tingginya.

Produksi yang tinggi merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam setiap kegiatan usaha, akan tetapi dengan produksi yang tinggi belum tentu dapat dikatakan efisien dan dapat meningkatkan pendapatan, sebab efisiensi ditentukan oleh besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan. Menurut Hernanto (1994), untuk memperoleh tingkat pendapatan yang diinginkan maka pengusaha harus mampu mempertimbangkan harga jual produknya, melakukan perhitungan terhadap semua unsur biaya dan selanjutnya menentukan harga pokok dari hasil usahanya. Apabila hal ini tidak dapat dilakukan oleh seorang pengusaha, maka efisiensi usaha akan menjadi rendah.

Pada CV. Amalinda, biaya produksi yang dikeluarkan terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi peralatan yang digunakan untuk kegiatan produksi. Biaya variabel diantaranya biaya bahan baku (mengkudu), gula, biaya selep, tenaga kerja. Biaya variabel akan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya biaya produksi, sehingga biaya variabel ini harus bisa diperkirakan sesuai dengan jumlah produksi. Parameter yang dapat digunakan untuk melihat tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri mengkudu adalah analisis R/C ratio (Hernanto, 1994).

Pada agroindustri mengkudu ini tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja yang paham tentang proses pembuatan produk yang dihasilkan berupa instan dan sirup mengkudu. Pada kegiatan pengolahan dibutuhkan kemampuan untuk mendapat hasil yang maksimal. Untuk kegiatan pengemasan, tenaga kerja yang ada terbagi dalam tenaga kerja harian lepas dan paruh waktu (*part time*). Proses pengemasan membutuhkan kecepatan dan ketepatan sehingga mempengaruhi jumlah produksi produk (per hari). Dengan kata lain produktivitas

dari masing-masing tenaga kerja mempengaruhi tingkat output maksimal yang dihasilkan, karena produktivitas merupakan perbandingan ukuran harga bagi suatu output dengan pemasukan input. Produktivitas harus diukur dan diawasi sehingga manajer dapat menentukan arah produksi, apakah menurun/meningkat. Adanya data tentang produktivitas kerja amat membantu meningkatkan rentabilitas atau keuntungan perusahaan, untuk melakukan penyesuaian perubahan-perubahan dalam organisasi perusahaan (Adiwilaga dalam Wulandari, 1999).

Produktivitas tenaga kerja (kerja) dalam agroindustri mengkudu dihitung dengan membandingkan nilai produktivitas kerja dengan produktivitas kerja berdasarkan Upah Minimum Regional (UMR) Kabupaten Jember. Dengan asumsi perhitungan dilakukan dengan durasi waktu perjam kerja sehingga nantinya dapat diketahui seberapa besar tingkat produktivitas kerja pada agroindustri mengkudu tersebut. Jika produktivitas kerja (Rp/jam) lebih kecil dan sama dengan produktivitas kerja berdasarkan UMR Kabupaten Jember maka produktivitas kerja adalah rendah, dan jika produktivitas kerja (Rp/jam) lebih besar daripada produktivitas kerja berdasarkan UMR Kabupaten Jember maka produktivitas kerja tinggi (Wahyuni, 1999).

Pada umumnya suatu perubahan dalam pencapaian tujuan/ harapan perusahaan (jangka pendek atau jangka panjang) baru mempunyai pengaruh penuh terhadap kesempatan kerja setelah kurun waktu cukup lama. Perubahan pada kesempatan kerja sebagai akibat perubahan dalam pengharapan tidak akan sama pada hari kedua setelah perubahan sebagaimana halnya hari pertama, atau pada hari ketiga sebagaimana hari kedua dan seterusnya. Jadi perubahan dalam pengharapan dalam menuju pada menguatnya kesempatan kerja secara lambat laun, meningkatnya sampai suatu puncak dan kemudian berkurang sampai tingkat jangka panjang yang baru (Keynes, 1991).

Menurut Mubyarto (1995), untuk mendapatkan hasil yang tinggi, tenaga kerja harus digunakan secara efisien sesuai dengan keahliannya. Karena dengan penggunaan tenaga kerja yang tidak efisien akan memperbesar jumlah biaya yang dikeluarkan sehingga akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima. Selain itu, kualitas tenaga kerja harus diperhatikan guna mencapai hasil yang

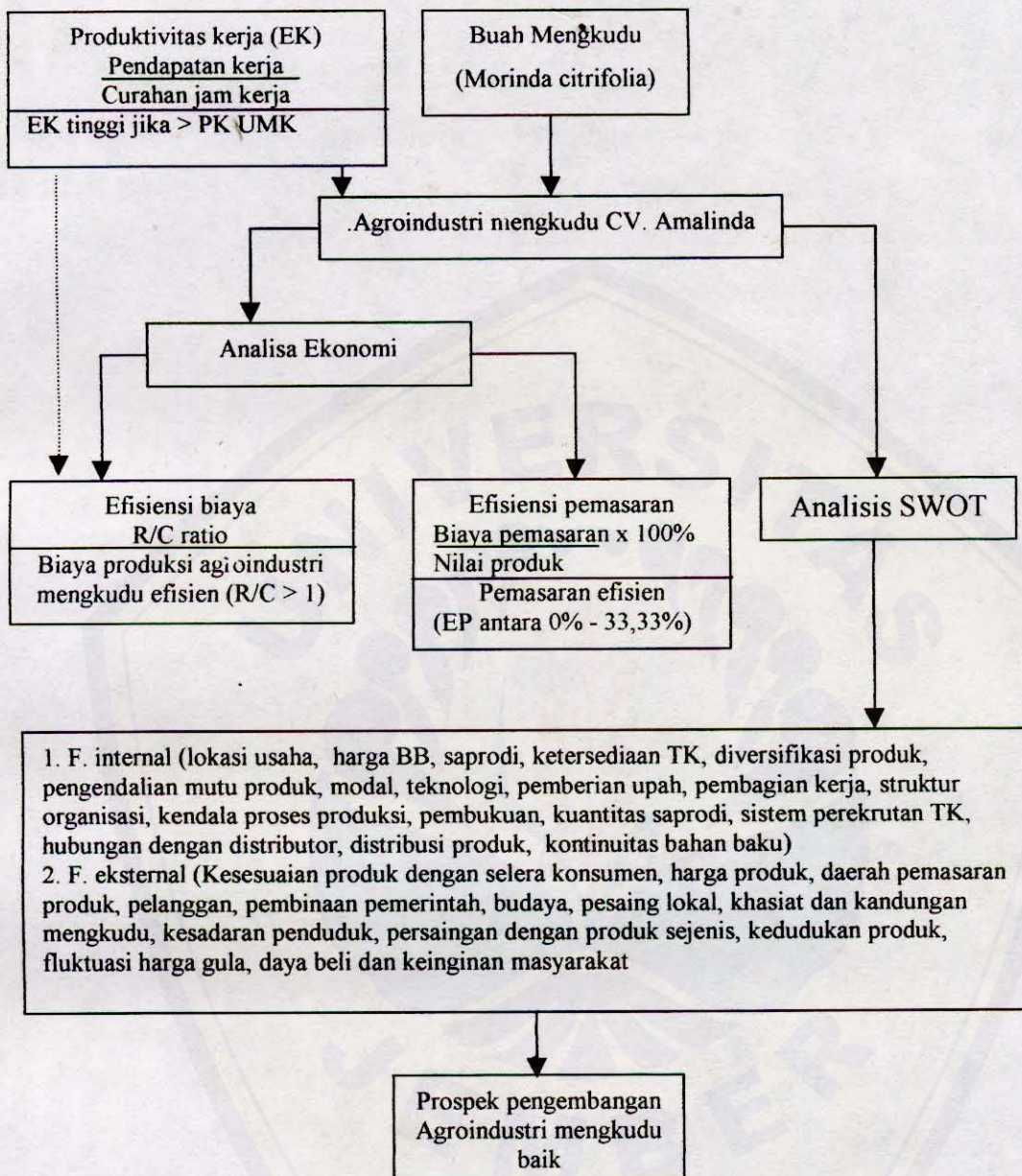
memuaskan. Tenaga kerja yang ada di CV. Amalinda bersifat harian lepas dan paruh waktu (*part time*). Jumlah tenaga kerja harian lepas yang ada 9 orang (4 orang tenaga pengolahan bersifat harian lepas dan 5 orang tenaga untuk proses pengemasan) yang berasal dari daerah sekitar agroindustri. Sedangkan tenaga kerja paruh waktu (*part time*) merupakan tenaga kerja yang diperbantukan untuk kegiatan pengemasan yang jumlahnya tidak tentu karena berasal dari kalangan mahasiswa (motif untuk mengisi waktu).

Proses produksi dengan pemasaran mempunyai hubungan yang sangat erat, dimana komoditi yang diproduksi tidak efisien (biaya per unit tinggi), maka harga per unit juga tinggi sehingga akan sulit dipasarkan. Menurut Soekartawi (1989), efisiensi pemasaran didasarkan pada hubungan antara biaya pemasaran dengan volume produk yang diusahakan, sehingga prinsip efisiensi dalam kegiatan pemasaran adalah usaha meminimumkan besarnya biaya pemasaran tiap unit produk selama periode waktu tertentu.

Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi, sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Pemasaran merupakan faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan konsumen dan mengkombinasikannya dengan data pasar seperti lokasi konsumen, jumlahnya dan kesukaan mereka. Informasi tersebut dapat dipakai sebagai dasar untuk mengadakan pengolahan bagi kegiatan produksi. Dalam hal ini, tugas produsen adalah membuat barang secara fisik dan untuk menyampaikannya kepada konsumen, perlu dikombinasikan dengan jasa-jasa seperti kredit, penentuan harga, dan pemberian informasi. Suatu siklus akan berakhir bila konsumen merasa puas terhadap pemilikan suatu barang. Jadi pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi yang berarti pemasaran menjadi penghubung kedua faktor tersebut. Apabila tujuan perusahaan adalah maksimisasi laba, pemilihan saluran pemasaran harus didasarkan pada estimasi tingkat penghasilan yang dapat menutup investasi kapitalnya (Swastha, 1996).

Saluran pemasaran menentukan tinggi rendahnya harga yang diterima produsen. Karena panjang pendeknya rantai pemasaran menyebabkan besar kecilnya biaya pemasaran, maka akan berpengaruh terhadap pendapatan. Usaha menekan biaya pemasaran guna mempertinggi keuntungan. Usaha tersebut ditujukan pada terciptanya efisiensi pemasaran dalam rangka mempertinggi tingkat kepuasan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Distribusi keuntungan hendaknya dapat menyebar lebih adil dan merata diantara komponen produsen sehingga produsen menerima harga yang lebih baik (Hanafiah dan Saefudin, 1986).

Faktor yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur efisiensi pemasaran yaitu analisis efisiensi pemasaran dengan membandingkan biaya pemasaran dan nilai produk yang dijual. Jika persentase perbandingan biaya pemasaran dengan nilai jual produk tersebut kecil, dapat diketahui pula bahwa saluran pemasaran adalah efisien. CV. Amalinda dalam memasarkan produknya menggunakan pihak tertentu sebagai distributor. Kegiatan pemasaran untuk kemasan tertentu (khususnya instan mengkudu 15 gr) sepenuhnya diserahkan pada pihak distributor. Mengenai kuantitas produk yang dijual, ditentukan pihak produsen sendiri (untuk sirup mengkudu) dan sesuai dengan jumlah produk yang telah ditentukan/dipesan pihak distributor (untuk instan mengkudu).



Gambar 4. Skema Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

1. Penggunaan biaya produksi pada agroindustri mengkudu efisien.
2. Pemasaran hasil agroindustri mengkudu efisien.
3. Agroindustri mengkudu mempunyai peluang yang baik untuk dikembangkan.



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penentuan Obyek Penelitian

Pemilihan obyek penelitian didasarkan pada metode yang disengaja (*purposive methode*), yaitu di CV. Amalinda yang berlokasi di BTN Baratan Indah Kabupaten Jember. Perusahaan tersebut sengaja dipilih dengan pertimbangan bahwa CV. Amalinda merupakan salah satu agroindustri yang mengolah mengkudu menjadi sirup dan instan mengkudu di Kabupaten Jember.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki, menerangkan hubungan dan menguji hipotesis untuk mendapatkan makna dan implikasi suatu masalah yang ingin dipecahkan. Sedangkan analitik berfungsi untuk melihat variabel yang diteliti dalam hal ini untuk mengetahui efisiensi biaya dan pemasaran (Nazir, 1999).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari perusahaan CV Amalinda. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara observasi langsung/partisipan di perusahaan. Informasi lain seperti pembinaan usaha dari pemerintah diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak Dinas Pertanian dan Pangan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan; sedangkan informasi pemasaran diperoleh dari pihak perusahaan dan distributor. Data yang berkaitan dengan produksi, penerimaan/penjualan adalah data selama produsen melakukan kegiatan produksi dan penjualan kepada distributor dan konsumen langsung selama periode waktu tertentu. Data sekunder mengenai jumlah perusahaan agroindustri mengkudu di Kabupaten Jember diperoleh dari instansi terkait yaitu Dinas Kesehatan.

3.4 Metode Pengambilan Contoh

Metode pengambilan contoh yang digunakan dalam penelitian adalah metode *snow ball rolling* (Soeratno dan Arsyad, 1988). Yaitu metode yang dimulai dari produsen yang diminta menunjukkan kepada siapa produsen menjual produk, dan seterusnya. Dengan menggunakan metode ini akan diketahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran produk CV Amalinda. Pengambilan contoh untuk lembaga pemasaran sebanyak 1 sesuai dengan fungsi lembaga pemasaran itu (apakah sebagai distributor, pedagang besar) dan 2 lembaga pemasaran sebagai pedagang pengecer. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran instan mengkudu CV Amalinda yaitu CV Andromeda yang melakukan pendistribusian produk dari produsen ke CV Cahaya Mulya selaku distributor (pedagang besar), pihak SMK (Sekolah Menengah Kejuruan di Jember) sebagai pengecer. Serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran sirup mengkudu yaitu Kewmark network sebagai distributor (pedagang besar), Alfa Jember dan KPRI sebagai pengecer.

3.5 Metode Analisa Data

Untuk menguji hipotesa mengenai tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi digunakan analisa R/C ratio dengan formulasi sebagai berikut (Soekartawi, 1995) :

$$R/C\text{Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan :

TR = total penerimaan (rupiah)

TC = total biaya (rupiah)

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. R/C ratio > 1, maka penggunaan biaya produksi adalah efisien
- b. R/C ratio ≤ 1, maka penggunaan biaya produksi adalah tidak efisien

Untuk menganalisis hipotesis kedua yaitu efisiensi pemasaran agroindustri mengkudu digunakan analisis efisiensi pemasaran (Soekartawi, 1989) dengan formulasi sebagai berikut :

$$\text{Efisiensi Pemasaran (EP)} = \frac{\text{Biaya pemasaran(Rp)}}{\text{Nilai produk yang dijual(Rp)}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai EP antara 0% - 33,33% maka saluran pemasaran efisien
- b. Jika nilai EP 33,34% - 66,66% maka saluran pemasaran kurang efisien
- c. Jika nilai EP > 66,67% maka saluran pemasaran tidak efisien

Untuk mencari nilai produktivitas kerja digunakan rumus efisiensi penggunaan jam kerja/ HKP (Soehardjo dan Patong dalam Wahyuni, 1999).

$$EK = \frac{Y}{\sum CTK}$$

Keterangan :

EK = Produktivitas kerja (Rp/HKP)

Y = Produksi x harga (Penerimaan, Rp)

$\sum CTK$ = Curahan tenaga kerja (HKP)

Untuk mengetahui besarnya tingkat produktivitas kerja karyawan yakni dengan membandingkan antara masing-masing produktivitas kerja karyawan dengan produktivitas kerja berdasarkan Upah Minimum Kabupaten.

$$\text{Produktivitas Kerja UMK (Rp/jam)} = \frac{UMK}{\sum CTK}$$

Keterangan :

PK UMK = Produktivitas Kerja UMK (Rp/HKP)

UMK = Upah Minimum Kabupaten (Rp/bulan)

$\sum CTK$ = Curahan Tenaga Kerja (HKP)

Kriteria pengambilan keputusan :

$EK \leq$ Produktivitas kerja UMK maka produktivitas kerja karyawan rendah

$EK >$ Produktivitas kerja UMK maka produktivitas kerja karyawan adalah tinggi

Untuk menguji hipotesis yang ketiga mengenai prospek pengembangan agroindustri mengkudu digunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Menurut Rangkuti (1997) analisis SWOT terdiri dari analisis faktor internal (*Internal Factor Analysis Summary/IFAS*) dan analisis faktor eksternal (*External Factor Analysis Summary/EFAS*) seperti pada tabel 2 dan 3. Analisis SWOT meliputi tahap proses sebagai berikut :

Tahap pertama dilakukan pengumpulan data internal dan eksternal. Faktor-faktor strategi internal dan eksternal disusun dalam kerangka IFAS dan IFAS seperti pada tabel 2 dan 3 (Rangkuti, 1997).

Tabel 2. Analisis Faktor Internal (Internal Factor Analysis Summary / IFAS)

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Nilai (Bobot x Rating)	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Tahapan penentuan Faktor Strategi Internal (IFAS) :

- Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada kolom satu.
- Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis agroindustri mengkudu (semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,0).
- Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha agroindustri mengkudu. Variabel yang bersifat positif (senua variabel yang termasuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 s/d +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (kelemahan) kebalikannya.

Digital Repository Universitas Jember

- d. Mengalikan bobot (kolom 2) dengan rating (kolom 3) untuk memperoleh faktor nilai dalam kolom 4.
- e. Memberikan komentar atau catatan (kolom 5) mengapa faktor tertentu dipilih.
- f. Menjumlahkan skor nilai (kolom 4) untuk memperoleh total skor nilai bagi agroindustri mengkudu.

Tabel 3. Analisis Faktor Eksternal (Eksternal Factor Analysis Summary / EFAS)

Faktor-faktor eksternal	strategis	Bobot	Rating	Nilai (Bobot x Rating)	Komentar
Peluang					
Ancaman					
Total					

Tahapan penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman pada kolom satu.
- b. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis agroindustri mengkudu (semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,0).
- c. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha agroindustri mengkudu. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kategori peluang) diberi nilai mulai dari +1 s/d +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (ancaman) kebalikannya.
- d. Mengalikan bobot (kolom 2) dengan rating (kolom 3) untuk memperoleh faktor nilai dalam kolom 4.
- e. Memberikan komentar atau catatan (kolom 5) mengapa faktor tertentu dipilih.

f. Menjumlahkan skor nilai (kolom4) untuk memperoleh total skor nilai bagi agroindustri mengkudu.

Berikutnya adalah menentukan posisi perusahaan yang didasarkan pada analisis total skor faktor internal dan eksternal menggunakan Internal – Eksternal Matriks seperti pada tabel 4 (Rangkuti, 1997).

Tabel 4. Internal – Eksternal Matriks

		TOTAL SKOR IFAS		
		KUAT 4,0	RATA-RATA 3,0	LEMAH 2,0
TOTAL SKOR EFAS	TINGGI 3,0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	MENENGAH 2,0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan /Stabilitas	VI Penciutan
	RENDAH 1,0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi

Selanjutnya adalah penentuan adalah penentuan posisi kompetitif relatif berdasarkan matriks BCG, seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Matrik Posisi Kompetitif Relatif

4					
High		WHITE AREA		GREY AREA	
2					
Low		GREY AREA		BLACK AREA	
0					
	4	High	2	Low	0
					IFAS

Kriteria pengambilan keputusan :

Menurut Herlina dalam Kusmiai (2002), dalam matrik analisis SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut :

- (1) *White Area* (Bidang kuat-Berpeluang), yaitu bidang usaha yang memiliki peluang pasar yang prospektif dengan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- (2) *Grey Area* (Bidang lemah-Berpeluang), yaitu bidang usaha yang memiliki peluang pasar yang prospektif, namun tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- (3) *Grey Area* (Bidang kuat-Terancam), yaitu bidang usaha yang cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, namun peluang pasar sangat mengancam.
- (4) *Black Area* (Bidang lemah-Terancam), yaitu bidang usaha yang tidak memiliki peluang pasar dan kompetensi untuk mengerjakannya.

Selanjutnya adalah penentuan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Matrik SWOT digunakan untuk menentukan strategi yang baik pada suatu usaha, yang tersusun dari 4 strategi pertama yaitu SO, WO, ST, WT yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Matriks SWOT

	IFAS	Strenghts (S)	Weakness (W)
EFAS			
Opportunities (O)		Strategi SO	Strategi WO
Treaths (T)		Strategi ST	Strategi WT

3.5 Terminologi

1. Analisis ekonomi adalah suatu kegiatan mempelajari dan menganalisis secara lebih mendalam terhadap hal-hal yang berhubungan dengan efisiensi biaya pada agroindustri mengkudu.
2. Agroindustri mengkudu adalah suatu kegiatan industri yang memanfaatkan mengkudu sebagai bahan bakunya untuk diolah sedemikian rupa menjadi instan dan sirup mengkudu yang dapat segera dikonsumsi.
3. Instan mengkudu adalah pengolahan filtrat mengkudu dalam bentuk serbuk atau butiran yang halus dan sirup mengkudu merupakan pengolahan mengkudu ke dalam bentuk cair.
4. Produksi adalah hasil produk jadi mengkudu (sudah dikemas) dalam satuan bungkus untuk instan mengkudu dan satuan botol untuk sirup mengkudu.
5. Penerimaan adalah hasil produksi mengkudu yang terjual dikalikan dengan harga penjualan (Rp) rata-rata tiap bulan.
6. Total biaya adalah penjumlahan biaya tetap dan variabel yang dikeluarkan agroindustri mengkudu untuk menghasilkan outputnya yang dihitung dalam satuan rupiah rata-rata tiap bulan.
7. Biaya tetap adalah biaya investasi / peralatan yang digunakan dalam kegiatan produksi (Rp).
8. Biaya variabel adalah biaya bahan baku, bahan penolong, biaya bahan bakar dan biaya tenaga kerja (Rp).
9. Efisiensi biaya produksi adalah perbandingan antara penerimaan rata-rata tiap bulan dengan total biaya produksi rata-rata tiap bulan.
10. Tenaga kerja harian lepas adalah tenaga kerja pada proses pengolahan dan pengemasan (yang secara spesifikasi ditujukan guna mencapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan perharinya, meskipun tanpa dibantu tenaga kerja tidak tetap).
11. Tenaga kerja paruh waktu (*part time*) adalah tenaga kerja yang diperbantukan dalam proses pengemasan guna mendapatkan output yang lebih besar perharinya, jam kerja tidak ditentukan sesuai dengan keinginan dari pekerja (berasal dari kalangan mahasiswa).

12. Produktivitas adalah kemampuan seseorang untuk menyelesaikan sejumlah pekerjaan dalam jangka waktu tertentu (Rp/HKP)
13. Produktivitas kerja (tenaga kerja) adalah perbandingan antara pendapatan karyawan dengan jam kerja di Kabupaten Jember Tahun 2003 (Rp/HKP).
14. Kesempatan kerja adalah waktu tertentu bagi pekerja untuk bekerja pada suatu perusahaan selama proses produksi dihitung dengan satuan jam.
15. Lembaga pemasaran adalah pihak yang memasarkan produk agroindustri mengkudu.
16. Efisiensi pemasaran adalah persentase perbandingan biaya pemasaran (Rp) dan nilai produk yang dijual (Rp).
17. Prospek adalah gambaran mengenai posisi usaha agroindustri mengkudu CV. Amalinda dimasa yang akan datang, dilihat dari matrik posisi kompetitif relatif berdasarkan strategi internal dan eksternal.
18. IFAS adalah rumusan faktor-faktor strategis yang terdiri dari kelemahan dan kekuatan agroindustri mengkudu.
19. EFAS adalah rumusan faktor-faktor strategis yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri mengkudu.

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Efisiensi Biaya Produksi Agroindustri Mengkudu

5.1.1 Efisiensi Biaya Produksi Instan Mengkudu

Pada usaha Agroindustri mengkudu CV. Amalinda terdapat 2 macam produk olahan mengkudu yaitu instan mengkudu dan sirup mengkudu. Masing-masing produk tersebut membutuhkan biaya produksi yang berbeda-beda, karena biaya investasi yang digunakan untuk membeli peralatan dan biaya variabel seperti pengadaan bahan baku dan bahan pembantu kedua macam produk tersebut berbeda.

Efisien tidaknya suatu biaya dapat diketahui dengan membandingkan jumlah penerimaan yaitu jumlah produk yang terjual dikalikan harga dengan jumlah biaya selama proses produksi tersebut. Sebagai parameter untuk mengetahui efisiensi biaya, digunakan R/C ratio. Tingkat penggunaan biaya produksi instan mengkudu pada CV. Amalinda adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Efisiensi biaya produksi instan mengkudu CV. Amalinda rata-rata per bulan selama periode produksi 2002 – 2003

Uraian	Nilai (Rp)/bulan
Total Penerimaan	36.474.725,00
Total Biaya	15.991.212,22
R/C Ratio	2,28

Sumber : Data diolah tahun 2003

Tabel 10 menunjukkan bahwa penerimaan rata-rata tiap bulan selama periode produksi 2002 – 2003 sebesar Rp 36.474.725,00 dengan total biaya rata-rata sebesar Rp 15.991.212,22 dan nilai R/C ratio 2,28, sehingga biaya produksi rata-rata tiap bulan yang dikeluarkan oleh CV. Amalinda selama masa produksi 4 bulan adalah efisien. Karena nilai R/C ratio > 1 yaitu sebesar 2,28 yang berarti dengan penggunaan biaya produksi Rp 1000,- akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 2.280,-, sehingga keuntungan yang diperoleh Rp 1.280,- untuk 1 bulan.

Total penerimaan instan mengkudu CV. Amalinda diperoleh dari penjualan instan sebanyak 364.211 sachet @ 15 gr dengan harga @ Rp 400,- kepada pihak CV. Andromeda yang akan melakukan pengemasan lebih lanjut terhadap produk tersebut. Produk yang sudah dikemas oleh pihak Andromeda dan diberikan kepada pihak produsen sebagai sampel (sebanyak 10 bungkus) dijual oleh pihak produsen seharga Rp 750,- per sachet. Hasil penjualan tersebut juga merupakan bagian dari total penerimaan. Selain itu untuk instan mengkudu dengan berat 20 gr dijual oleh produsen langsung ke konsumen dengan harga rata-rata Rp. 600,- per sachet, dengan kemasan pak berisi 5 dan 10 sachet, sehingga rata-rata per pak kecilnya Rp 3.000,- dan pak besarnya Rp 6.000,-. Namun harga tersebut bisa berubah-ubah (kadang kala kemasan 5 bungkus Rp 2.500 dan kemasan 10 bungkus Rp 5.000 atau Rp 6.500) sehubungan dengan kebijakan penetapan harga terhadap daya beli masyarakat dan promosi .

5.1.1 Efisiensi Biaya Produksi Sirup Mengkudu

Efisiensi penggunaan biaya produksi pada CV. Amalinda dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Efisiensi biaya produksi sirup mengkudu CV. Amalinda rata-rata per bulan selama periode produksi 2001 – 2002

Uraian	Nilai (Rp)/bulan
Total Penerimaan	3.926.875,00
Total Biaya	2.880.822,00
R/C Ratio	1,36

Sumber : Data diolah tahun 2003 (lampiran 2)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa penerimaan rata-rata tiap bulan selama periode produksi 2001-2002 sebesar Rp 3.926.875,00 dengan total biaya rata-rata tiap bulan sebesar Rp 2.880.822,00. Nilai R/C ratio sirup mengkudu CV. Amalinda sebesar 1,36 yang berarti penggunaan biaya produksi rata-rata tiap bulan sudah efisien, karena nilai R/C ratio > 1. Nilai R/C ratio sebesar 1,36 berarti dengan penggunaan biaya produksi sebesar Rp 1.000,- akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1.360,- sehingga keuntungan yang diperoleh adalah

sebesar Rp 360,-. Hal ini menunjukkan bahwa CV. Amalinda mampu mengalokasikan biaya produksi secara optimal.

Total penerimaan sirup mengkudu diperoleh dari penjualan sebanyak 1.858 botol dengan rincian 1.464 botol kepada pihak Kewmark seharga Rp 9.500,- dengan total pengembalian produk 285 botol. Sedangkan 394 botol diperoleh dengan dari produsen langsung ke konsumen dengan harga yang bervariasi, tergantung dari kemasan (kemasan lama cenderung memiliki harga lebih murah dari kemasan baru) serta pertimbangan promosi dan lain-lain. Dari 394 botol sirup mengkudu yang dijual langsung ke konsumen terdiri dari 263 botol kemasan lama (pada label kemasan ini tidak tercantum nama Kewmark dan label berupa stiker) dengan rata-rata harga Rp 10.000, sedangkan kemasan baru dijual dengan rata-rata harga Rp 20.625.

Jika tabel 9 dan tabel 10 dibandingkan maka dapat diketahui bahwa nilai R/C instan lebih besar dibandingkan dengan sirup. Biaya yang dikeluarkan untuk produksi instan mengkudu (terutama biaya investasi) lebih besar dibandingkan dengan biaya produksi sirup mengkudu, tetapi biaya pengemasannya tidak terlalu mahal dibandingkan dengan sirup sehingga dapat menekan biaya variabel. Besarnya biaya produksi pada instan diimbangi dengan tingkat penerimaan yang besar pula. Untuk meningkatkan penerimaan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan jumlah produksi.

Dari uraian diatas, diketahui bahwa usaha agroindustri telah memperoleh keuntungan dalam melaksanakan usahanya dengan adanya efisiensi biaya yang telah dicapainya. Semakin besar efisiensi biaya maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh.

5.2 Efisiensi Pemasaran Agroindustri Mengkudu

Efektifitas pemasaran menyangkut efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran akan terjadi jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi. Efisiensi pemasaran ini juga menyangkut aktifitas lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pendistribusian produk.

5.2.1 Efisiensi Pemasaran Instan Mengkudu

Berdasarkan hasil analisis maka efisiensi pemasaran instan mengkudu CV Amalinda terlihat pada tabel 12 :

Tabel 12. Efisiensi Pemasaran Instan Mengkudu CV Amalinda

Uraian	Nilai (Rp)
Total Biaya Pemasaran	457,50
Nilai Jual Produk	1.500,00
EP	30,50%

Sumber : Data diolah tahun 2003 (lampiran 5)

Hasil analisis yaitu nilai EP sebesar 30,50% menunjukkan bahwa pendistribusian (pemasaran) instan mengkudu adalah efisien karena nilai EP antara 0% - 33,33%. Saluran pemasaran instan mengkudu yang ada merupakan saluran pemasaran nol tingkat dan 3 (tiga) tingkat. Pada saluran nol tingkat produsen menjual produk langsung pada konsumen dengan pengemasan sepenuhnya dilakukan oleh produsen. Pada saluran ini produsen tidak mengeluarkan biaya pemasaran (biaya transport dan tenaga kerja pemasar) karena konsumen secara langsung datang ke lokasi perusahaan untuk membeli produk tersebut. Selain itu, pada saluran nol tingkat ini produsen bebas menentukan harga jual pada konsumen. Sedangkan pada saluran 3 tingkat, lembaga pemasaran yang terlibat adalah CV Andromeda, CV Cahaya Mulya dan tenaga siswa Sekolah Menengah Kejuruan. CV Andromeda melakukan kegiatan pengemasan lebih lanjut terhadap produk CV Amalinda (pada kemasan produk tertulis produksi CV Amalinda distributor CV Andromeda), sehingga biaya yang dikeluarkan Andromeda adalah biaya pengemasan Rp 85 per sachet dan biaya transportasi untuk pengambilan produk dari produsen dan pengiriman produk ke CV Cahaya Mulya. Produsen menjual produk seharga Rp 400 kepada pihak CV Andromeda, CV Andromeda menjual seharga Rp 700 kepada CV Cahaya Mulya, kemudian Cahaya Mulya menjual seharga Rp 1500 kepada siswa SMK. Pendistribusian instan mengkudu ini dilakukan dengan cara "sistem" bukan pemasaran pada umumnya. Dimana kegiatan pendistribusian instan mengkudu tidak menggunakan promosi. CV Andromeda sebagai distributor utama melakukan kerjasama dengan

pihak CV Cahaya Mulya untuk melakukan pendistribusian produk dengan cara “sistem” tersebut. Andromeda dan Cahaya Mulya mengadakan kerjasama dengan pihak Sekolah Menengah Kejuruan untuk pendistribusian produk selanjutnya. Produk instan mengkudu dijual oleh siswa Sekolah Menengah Kejuruan kepada konsumen akhir sebagai praktek dari mata pelajaran Kewirausahaan. Siswa SMK yang bisa menjual instan mengkudu dalam jumlah yang ditentukan Cahaya Mulya akan mendapat sertifikat dan beasiswa.

Kegiatan pendistribusian instan ke sekolah-sekolah Menengah Kejuruan dilakukan oleh pihak Cahaya Mulya, berdasarkan daftar sekolah yang ada. Biasanya target sekolah yang akan diajak kerjasama rata-rata perkota minimal 7 sampai 15 sekolah, dimana untuk satu sekolah diberi waktu pendistribusian instan selama 1-2 minggu. Produk instan mengkudu produksi CV Amalinda oleh pihak CV Cahaya Mulya dijual kepada siswa seharga Rp 15.000 perpak (1 pak isi 10 sachet). Jika siswa yang bersangkutan tidak mampu mendistribusikan produk sejumlah yang ditentukan pada tempo waktu yang diberikan maka produk yang belum terjual ditarik kemudian didistribusikan ke sekolah lain. Siswa yang bersangkutan menjual produk dengan harga tetap (harga distributor). Hal ini disebabkan karena dengan jangka waktu yang telah diberikan, siswa berusaha mencapai target penjualan. Kompensasi yang diberikan oleh pihak Cahaya Mulya, jika siswa dapat menjual produk sebanyak 5 pak dalam waktu yang telah ditentukan maka, siswa akan mendapat sertifikat dan beasiswa. Sehingga siswa berlomba untuk mengejar target tersebut dengan cara menjual produk tanpa mengambil keuntungan. Daerah pendistribusian produk instan mengkudu ini antara lain Solo, Yogya, Surabaya, Situbondo, Bondowoso, Banyuwangi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak CV Andromeda kegiatan pendistribusian instan mengkudu hingga saat ini bertahan dengan cara “sistem”, karena pihak distributor tidak melakukan promosi. Namun untuk selanjutnya Andromeda akan mencari dan mencoba cara baru untuk pendistribusian produk termasuk dengan cara promosi.

5.2.2 Efisiensi Pemasaran Sirup Mengkudu

Efisiensi pemasaran sirup mengkudu CV Amalinda dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini :

Tabel 13. Efisiensi Pemasaran Sirup Mengkudu CV Amalinda

Uraian	Nilai (Rp)
Total Biaya Pemasaran	3.800,00
Nilai Jual Produk	19.750,00
EP	19,24%

Sumber : Data diolah tahun 2003 (lampiran 6)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai EP sirup mengkudu sebesar 19,24% . Hal tersebut menunjukkan bahwa pemasaran sudah efisien karena nilai EP antara 0% - 33,33%. Saluran pemasaran yang ada adalah saluran nol tingkat, dimana produsen menjual produk langsung ke konsumen dan saluran 2 tingkat. Pada saluran 2 tingkat ini produsen sepenuhnya menyerahkan pendistribusian barang pada pihak Kewmark Network (distributor multi produk). Kerjasama kedua pihak ini terikat kontrak/perjanjian. Selanjutnya pihak kewmark memasok sirup mengkudu ke toko-toko di Jember dan Surabaya, Bali dan Yogya. Untuk mendapatkan pasar yang cukup baik dan menghadapi persaingan produk lain yang sejenis maka pihak Kewmark melakukan promosi misalnya seperti melakukan demo SPG dan kegiatan pameran. Harga yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada kewmark tidak termasuk biaya promosi. Produk yang belum terjual sesuai dengan batas waktu yang ditentukan akan dikembalikan oleh pihak Kewmark kepada produsen.

5.3 Produktivitas Kerja dan Kesempatan Kerja

Perusahaan yang memproduksi barang tertentu dan mempunyai sejumlah tenaga kerja yang bekerja dengan suatu sistem kerja yang ditetapkan oleh perusahaan akan menghasilkan suatu output dalam jumlah tertentu pula. Output produksi perusahaan sangat dipengaruhi oleh produktivitas tenaga kerja. Produktivitas kerja tenaga kerja CV. Amalinda dapat dilihat pada tabel 13 dan 14.

Tabel 14. Produktivitas Tenaga Kerja Instan Mengkudu CV. Amalinda pada Periode Produksi 2002 – 2003

Tahap Produksi	Bulan	HKP	Produktivitas (Rp/HKP)	Produktivitas (Rp)
I	Oktober 2002	76	5.709,06	433.888,56
II	November 2002	131	10.684,77	1.399.704,87
III	Desember 2002	120	14.150,17	1.698.020,40
IV	Januari 2003	228	16.614,05	3.788.003,40
Total	Oktober 2002- Januari 2003	555		7.319.617,23
Rata-rata			13.188,49	

Sumber : Data diolah 2003 (lampiran 4)

Tabel 15. Produktivitas Tenaga Kerja Sirup Mengkudu CV. Amalinda pada Periode Produksi 2001 – 2002.

Tahap Produksi	Bulan	HKP	Produktivitas (Rp/HKP)	Produktivitas (Rp)
I	Oktober -November 2001	6	61.222,22	367.333,32
II	Desember 2001- Januari 2002	51	61.781,04	3.150.833,04
III	Mei 2002 - Juni 2002	30	60.483,33	1.814.499,90
IV	September 2002	9	61.222,22	550.999,98
Total	Oktober 2001-September 2002	96		5.883.666,24
Rata-rata			61.288,19	

Sumber : Data diolah 2003 (lampiran 4)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa produktivitas tenaga kerja CV Amalinda untuk produk instan mengkudu periode Oktober 2002 – Januari 2003 adalah tinggi dengan nilai rata-rata tertimbang sebesar Rp 13.188,49/HKP. Nilai tersebut dibandingkan dengan produktivitas kerja berdasarkan Upah Minimum Regional (UMR) Jember sebesar Rp 315.500 per bulan (Rp10.516,67) per HKP atau 7 jam kerja). Begitu pula dengan produktivitas tenaga kerja sirup mengkudu menunjukkan nilai yang tinggi, jika dibandingkan dengan nilai produktivitas kerja berdasarkan UMK yaitu sebesar Rp.61.288,19/HKP. Tingginya produktivitas tenaga kerja CV Amalinda tidak lepas dari peran

pimpinan. Pimpinan selalu menetapkan target produk jadi perhari yang harus dicapai oleh karyawan (khususnya untuk instan mengkudu). Selain itu faktor upah yang berdasarkan UMR merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan.

Tingkat produktivitas tenaga kerja secara tidak langsung akan mempengaruhi penyerapan tenaga kerja terhadap tenaga kerja. Jika dalam suatu perusahaan produktivitas tenaga kerjanya tinggi maka tenaga kerja yang direkrut akan menurun dalam periode sebelumnya, karena dengan memiliki tenaga kerja yang berproduktivitas tinggi maka perusahaan mampu memproduksi barang dengan lebih efisien. Semakin besar jumlah tenaga kerja yang direkrut oleh perusahaan dalam waktu tertentu dan dengan hasil tertentu maka dapat diprediksi bahwa produktivitas tenaga kerja yang ada masih rendah, demikian pula sebaliknya.

Tabel 16. Kesempatan Kerja Pada CV Amalinda

Bulan	Jumlah TK	HKP
Instan mengkudu		
Oktober 2002 – Januari 2003	80	555
Rata-rata		6,93 ≈ 7
Sirup mengkudu		
Oktober 2001- September 2002	12	96
Rata-rata		8

Dari tabel diatas dapat dilihat penyerapan tenaga kerja untuk instan mengkudu selama Oktober 2002-Januari 2003 80 orang rata-rata per orang 7 HKP, sedangkan pada sirup mengkudu tenaga kerja sebanyak 12 orang dengan hari kerja rata-rata per orang 8 HKP. Pada CV Amalinda kesempatan kerja yang ditawarkan (khususnya untuk instan mengkudu) tergantung pada produktivitas tenaga kerja yang ada dan permintaan jumlah produk dari distributor yang harus diselesaikan dalam waktu yang ditentukan. Tidak menutup kemungkinan bagi CV Amalinda untuk merekrut tenaga kerja harian lepas guna mencapai target produk dan waktu. Sedangkan untuk tenaga kerja part time kesempatan kerja bagi mahasiswa selalu terbuka. Hal ini bertujuan untuk mengisi waktu luang

mahasiswa untuk kegiatan positif. Untuk tenaga kerja sirup mengkudu sementara ini dirasakan cukup mengingat pembuatan sirup lebih mudah dan cepat dibandingkan dengan pembuatan instan mengkudu, sehingga tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi sirup dengan kuantitas besar untuk memenuhi target produk dan waktu dari distributor menggunakan tenaga kerja yang ada.

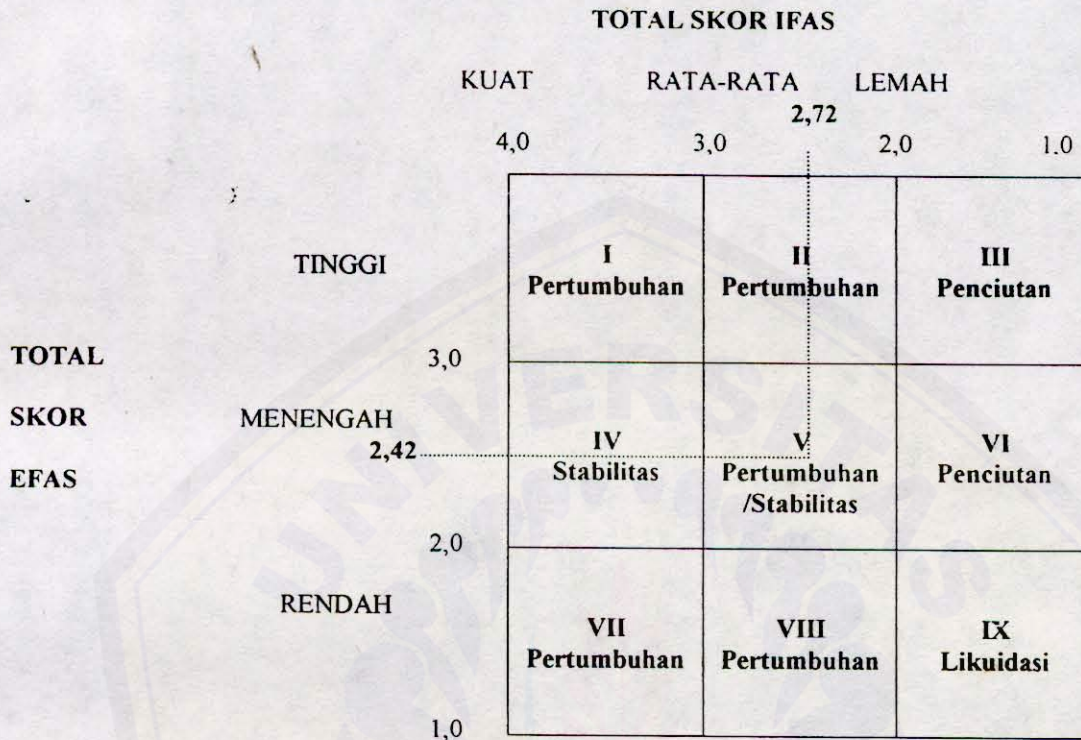
5.4 Prospek Pengembangan Agroindustri Mengkudu

5.4.1 Penentuan Posisi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis (terlampir) diperoleh nilai IFAS sebesar 2.72 sedangkan nilai EFAS 2,42. Selanjutnya dibuat matriks internal-eksternal dan matrik posisi kompetitif relatif untuk mengetahui posisi perusahaan agroindustri mengkudu CV Amalinda.

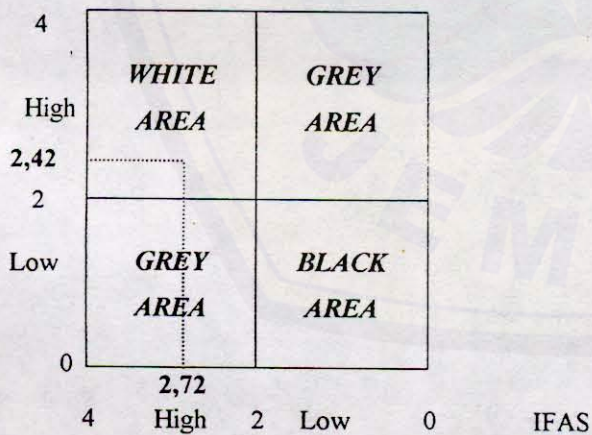
Berdasarkan Internal-Eksternal matrik , tampak bahwa posisi agroindustri mengkudu CV Amalinda berada pada tahap pertumbuhan/stabilitas. artinya perusahaan didesain untuk mencapai pertumbuhan , baik dalam penjualan, asset, profit, atau kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, menambah kualitas produk, mengembangkan produk baru, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi terpenting apabila kondisi perusahaan tersebut berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecendrungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar. Untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar agroindustri mengkudu CV Amalinda sebaiknya menggunakan strategi konsentrasi integrasi horisontal melalui konsolidasi karena sesuai dengan posisi perusahaan yang berada pada sel pertumbuhan stabilitas yaitu dengan cara defensif (menghindari kehilangan penjualan dan profit) serta memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui akuisisi (*joint ventures*) dengan pihak lain dalam industri yang sama.

Tabel 15. Internal – Eksternal Matriks



Tabel 16. Matrik Posisi Kompetitif Relatif

EFAS



Berdasarkan matrik posisi kompetitif relatif (IFAS 2,72 dan EFAS 2,42) agroindustri mengkudu CV Amalinda berada pada posisi *white area*, yang berarti bahwa agroindustri mengkudu CV Amalinda Kabupaten Jember mempunyai peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya. Untuk itu CV. Amalinda harus mengembangkan jadwal rencana perusahaan dalam jangka pendek (mempertahankan kualitas produk, penerapan kebijakan harga bersaing, peningkatan pengembangan SDM) dan jangka panjang (ekspansi secara horisontal ke wilayah lain dalam rangka memperluas jaringan pemasaran; memonitor perkembangan teknologi, jenis produk, selera konsumen, persaingan pasar; secara kontinyu mengadakan kerjasama dengan distributor dan konsumen; menerapkan sistem kemitraan dengan perusahaan yang homogen).

5.3.2 Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

Lokasi Usaha

Lokasi usaha agroindustri mengkudu CV. Amalinda yang berada di dalam rumah memudahkan pimpinan dalam melakukan pengawasan terhadap proses produksi dan kinerja dari karyawan. Sehingga kegiatan produksi dapat terkontrol dengan baik. Selain itu lokasi usaha dekat dengan tenaga kerja, dengan demikian tenaga kerja mudah diperoleh. Lokasi usaha agroindustri mudah dijangkau oleh konsumen, karena dekat dengan jalan raya (S1).

Harga Bahan Baku

Bahan baku diperoleh produsen dengan cara membeli langsung ke petani. Harga bahan baku (mengkudu) didapat relatif lebih murah daripada harga pasar. Dengan demikian produsen dapat menghemat/menekan biaya bahan baku (biaya variabel) (S2).

Sarana Produksi

Dalam memperoleh sarana produksi, produsen tidak mengalami kesulitan. Sarana produksi, terutama peralatan produksi diperoleh dari daerah sekitar dalam lingkup daerah Jember (sarana produksi masih sederhana) (S3).

Ketersediaan Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi dalam suatu perusahaan. Tenaga kerja pada agroindustri mengkudu CV. Amalinda khususnya yang bersifat harian lepas yang terdiri dari 9 orang (4 orang tenaga kerja pada proses pengolahan dan 5 orang pada pengemasan) dan berasal dari daerah sekitar usaha tersebut. Lokasi agroindustri letaknya dekat dengan perkampungan penduduk, sehingga tenaga kerja mudah diperoleh (S4).

Diversifikasi produk

Dalam mengolah mengkudu menjadi suatu produk, produsen tidak hanya mengolah menjadi 1 jenis produk saja. Tetapi ada 2 macam yaitu dalam bentuk sirup dan instan (dulu pernah mengerjakan pesanan berupa kapsul untuk jemaah haji). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Diperta dan Deperindag, rata-rata agroindustri mengkudu yang ada di Jember mengolah mengkudu dalam bentuk sirup saja. Dengan demikian CV Amalinda lebih maju dalam hal diversifikasi produk dibandingkan agroindustri yang lainnya (S5).

Pengendalian mutu

Produsen dalam memproduksi sirup dan instan mengkudu selalu mengutamakan pengendalian mutu produk dari segi keaslian rasa dan warna. Produk yang dihasilkan CV Amalinda tidak menggunakan bahan pemanis sintetis/bahan sintetis lainnya (100% menggunakan bahan pemanis gula). Warna produk merupakan warna asli dari bahan baku dan gula. Untuk mendapatkan warna yang sama pada setiap akhir proses (khususnya untuk instan) produsen mencampur instan yang sudah diayak (warna coklat) dengan yang sudah diselep yaitu instan yang tidak lolos ayakan (warna lebih putih). Pengendalian mutu produk dari segi keaslian rasa dan warna ini sebagai ciri dari produk CV Amalinda dan untuk kepentingan kesehatan (S6).

Modal

Agroindustri mengkudu yang ada di Jember rata-rata mengalami kesulitan modal. Misalnya salah satu agroindustri di bawah binaan Diperta mengalami kesulitan modal dan mendapatkan bantuan dari pihak Diperta. CV Amalinda dengan skala RT tidak mengalami kesulitan modal, modal sepenuhnya berasal

dari pengusaha sendiri. Pengusaha tidak melakukan pinjaman kepada pihak-pihak tertentu karena mengingat suku bunga dari pengembalian modal relatif besar (S7).

Tekhnologi

Tekhnologi yang digunakan ada yang sudah maju dan ada yang masih bersifat sederhana. Mengingat usaha CV Amalinda masih skala RT, maka penggunaan teknologi yang bersifat sederhana ini dapat menekan biaya produksi. Misalnya teknologi sterilisasi dengan cara pemanasan menggunakan dandang/panci. Untuk kegiatan pengolahan CV Amalinda sudah menggunakan kompor gas (S8).

Pemberian upah

Tenaga kerja khususnya yang bersifat harian lepas diberi upah berdasarkan Upah Minimum Regional (UMR Jember dibagi 30 hari dibagi 8 jam dikalikan jumlah jam kerja selama sehari). Upah dibayarkan tiap minggu pada hari Sabtu (S9).

Pembagian kerja (spesifikasi) tenaga kerja

Tenaga kerja bersifat harian lepas yang berjumlah 9 orang dibagi ke dalam tenaga kerja bagian pengolahan dan pengemasan (ada pembagian secara jelas antara bagian pengolahan dan pengemasan/spesifikasi tugas jelas). Untuk tenaga kerja yang bersifat part time (dari kalangan mahasiswa) diperbantukan pada bagian pengemasan (S10).

Struktur organisasi

Struktur organisasi yang ada di CV Amalinda walaupun secara formal tidak tertulis tapi dalam pelaksanaannya ada bersifat sederhana, tidak rumit merupakan garis vertikal dari atas ke bawah dan sebaliknya. Masing-masing komponen saling memberi informasi terhadap kebutuhan dan keadaan segala hal yang berkaitan dengan produksi sehingga produksi dapat berjalan dengan lancar (S11).

Kendala proses produksi

Pada kegiatan proses produksi khususnya instan mengkudu seringkali mengalami kendala. Hal ini disebabkan pembuatan instan dipengaruhi pH filtrat mengkudu (pH selalu berubah-ubah). Sedangkan untuk pembuatan instan

mengkudu pH harus dalam keadaan netral. Sehingga kadangkala pembuatan instan mengalami kegagalan (W1).

Pembukuan

Mengingat agroindustri belum berdiri lama, pembukuan masih belum teradministrasi dengan baik. Pembukuan yang dilakukan berdasarkan berkas/bukti yang masih ada (W2).

Kuatitas sarana

Untuk memproduksi sirup dan instan mengkudu dalam kuantitas besar (lebih banyak dari yang selama ini di produksi dan dalam usaha pengembangan agroindustri), sarana produksi yang dimiliki dari segi kuantitas masih belum mencukupi (W3).

Sistem perekrutan tenaga kerja

Perekrutan tenaga kerja tidak mengutamakan keahlian dalam hal pengolahan mengkudu. Sehingga pihak pengusaha memberi pelatihan terlebih dahulu pada para pekerja. Walaupun pelatihan/pembinaan tidak membutuhkan waktu yang lama, namun hal tersebut bisa dikatakan kurang efektif karena pekerja dibayar untuk melakukan pekerjaan yang menjadi tugasnya tersebut (W4).

Hubungan dengan distributor

Pemasaran instan dan sirup mengkudu sebagian besar dilakukan pihak distributor. Karena distributor tersebut bergerak dibidang multi produk sehingga kadangkala pengusaha mengalami kesulitan berkomunikasi dengan pihak distributor. Distributor dan produsen merupakan kesatuan dalam kegiatan produksi-pemasaran. Seharusnya hubungan keduanya terus terjalin agar produsen terus mendapatkan informasi pasar yang nantinya berkaitan dengan kegiatan produksinya (W5).

Distribusi produk

Sebagian besar distribusi produk dilakukan /ditentukan distributor. Pengusaha terikat kontrak (perjanjian) dengan pihak distributor. Kegiatan distributor akan mempengaruhi panjang pendeknya rantai pemasaran, sehingga harga yang dibayarkan konsumen bisa menjadi mahal. Jika produk dipasarkan di luar Jember, bisa jadi produsen tidak mengetahui harga konsumen (W6).

Kontinuitas Bahan Baku

Untuk mendapatkan bahan baku pengusaha harus bersaing (memburu bahan baku ke lokasi bahan baku, mengingat belum adanya pengembangan produksi mengkudu secara khusus /budidaya secara khusus), sehingga kontinuitas kebutuhan bahan baku untuk kuantitas produksi yang lebih besar produsen harus memburu mengkudu dan bersaing lagi dengan produsen lain. Kontinuitas mengkudu untuk saat ini (selama kegiatan produksi berlangsung) terpenuhi (W6)

Kesesuaian selera konsumen terhadap produk

Kualitas produk CV Amalinda cenderung sesuai dengan selera konsumen. Hal ini dapat dilihat dengan adanya konsumen tetap /pelanggan tetap. Kesesuaian selera konsumen terhadap produk akan mempengaruhi tingkat penjualan serta kontinuitas pembelian (O1).

Harga produk

Harga produk yang ditawarkan produsen kepada pihak distributor dan pihak distributor pada lembaga pemasaran berikutnya relatif tetap. Hal ini dilakukan pihak produsen dan distributor sebagai langkah promosi dan strategi harga untuk meraih pangsa pasar. Harga yang relatif tetap tersebut sudah mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan baik biaya produksi maupun pemasaran. Harga produk CV Amalinda lebih murah jika dibandingkan pesaing dengan kuantitas dan kualitas yang hampir sama (O2).

Daerah pemasaran

Pemasaran produk dilakukan pihak produsen langsung ke konsumen secara lokal, dan melalui distributor secara lokal (daerah Jember) dan luar kota. Jangkauan daerah pemasaran yang semakin luas, tidak hanya di daerah sekitar agroindustri dapat memperluas pangsa pasar melalui strategi tempat /place (O3).

Pelanggan

CV Amalinda mempunyai pelanggan tetap dari produk-produknya. Sehingga kontinuitas penjualan tetap berjalan. Adanya pelanggan tetap tersebut karena faktor kesesuaian selera konsumen terhadap produk CV Amalinda (O4).

Adanya pembinaan agroindustri dari pemerintah

Untuk pengembangan agroindustri (terutama agroindustri skala RT) termasuk agroindustri mengkudu, pemerintah menyediakan bantuan berupa pembinaan (pengolahan dan pemasaran) dan bantuan modal kepada agroindustri yang mengajukan permohonan pembinaan pada instansi terkait. Namun adanya sarana pembinaan dari pemerintah tidak diketahui dan di manfaatkan oleh pihak CV Amalinda. CV Amalinda secara mandiri melakukan kegiatan produksinya (O5).

Budaya

Biasanya peningkatan permintaan /pesanan dari konsumen kepada pihak produsen langsung maupun tidak langsung, terjadi pada hari besar misalnya pada masa-masa menunaikan ibadah haji (O6).

Pesaing lokal (agroindustri sejenis)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Pertanian dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pengusaha agroindustri mengkudu di Jember masih sedikit jumlahnya. Di Jember sekitar ada 4 agroindustri mengkudu (yang menjadi pesaing CV Amalinda) dan diantaranya adalah binaan Diperta. Sehingga merupakan peluang usaha bagi Cv Amalinda untuk mengepakkan sayapnya terutama dalam perolehan pasar (O7).

Khasiat dan kandungan mengkudu

Banyaknya penelitian mengungkap kandungan buah mengkudu dan khasiatnya bagi kesehatan, menambah pengetahuan masyarakat bahwa mengkudu (produk olahan mengkudu) dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif pengobatan/pencegahan penyakit (O8).

Kesadaran penduduk

Kesadaran penduduk terhadap konsumsi produk olahan mengkudu masih relatif rendah. Hal ini dikarenakan adanya anggapan sebagian masyarakat bahwa produk mengkudu identik dengan orang-orang yang mempunyai penyakit. Sehingga orang yang masih sehat (tidak sakit) tidak perlu mengkonsumsi (T1).

Persaingan dengan produk lain yang sejenis

Persaingan dengan produk sejenis dari daerah sekitar (lokal) dan produk dari luar/nasional akan mempengaruhi tingkat penjualan produk CV Amalinda terutama dalam perolehan pasar. Produk-produk yang menjadi saingan antara lain: Pacekap, pace tea, Ar malang dan produk dari solo, dll.(T2).

Kedudukan produk

Kedudukan produk sebagai minuman kesehatan kurang kuat dibandingkan jamu /obat yang jelas kedudukan dan fungsinya (sebagai jamu dan obat untuk mengobati). Sehingga produk kesehatan ini harus bersaing dengan obat dari dokter/apotik. Produk-produk yang mempunyai kedudukan jelas misalnya obat akan lebih mudah dipasarkan ,misalnya melalui apotik dengan resep dokter ataupun tidak (berhubungan dengan izin produk) dibandingkan dengan produk yang kedudukannya “tangung”. Tidak menutup kemungkinan kecendrungan masyarakat awam untuk memilih obat resep dokter (produk pabrik obat) sebagai pilihan untuk mereka konsumsi. Biasanya masyarakat yang mengkonsumsi produk berlabel kesehatan siap saji (dengan slogan *back to nature*) adalah masyarakat menengah ke atas (T3).

Fluktuasi harga gula

Gula sebagai salah satu bahan yang digunakan dalam kegiatan produksi CV Amalinda sangat berpengaruh terhadap produksi. Fluktuasi harga gula (kenaikan harga) yang saat ini terjadi dapat mempengaruhi kelancaran proses produksi. Harga gula yang meningkat akan menyebabkan membengkaknya biaya produksi karena pengusaha 100% menggunakan gula sebagai pemanis. Sehingga nantinya juga dapat mempengaruhi harga jual produk (T4).

Daya beli dan keinginan masyarakat

Daya beli masyarakat yang berbeda-beda mempengaruhi penjualan produk. Masyarakat yang daya beli rendah tapi berkeinginan untuk membeli, tidak dapat membeli karena harga tidak terjangkau dengan pendapatan yang relatif rendah (khususnya sirup mengkudu). Ditambah lagi adanya anggapan produk kesehatan ini adalah konsumsi masyarakat menengah keatas dilihat dari harga dan penyajian serta waktu (T5).

5.3.3 Penyusunan Alternatif Strategi •

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Berdasarkan analisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi CV. Amalinda dapat dirumuskan alternatif strategi sebagai berikut :

Strategi SO (Strength – Opportunity)

1. Mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk sebagai wujud pelayanan terhadap konsumen dan dalam rangka menghadapi persaingan.
2. Perluasan pangsa pasar secara lokal maupun luar kota
3. Pemanfaatan fasilitas pembinaan dari pihak pemerintah sebagai sarana konsultasi dan dalam upaya peningkatan kualitas produk dan pengembangan usaha.

Strategi WO (Weakness – Opportunity)

1. Peningkatan keterampilan tenaga kerja
2. Peningkatan kerjasama dengan pihak distributor dalam hal pemasaran dan pihak-pihak tertentu (mis : instansi pemerintah Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Kesehatan) dalam hal pengembangan sarana produksi, kerjasama dalam hal kontinuitas bahan baku misalnya dengan Dinas Pertanian dan Pangan
3. Perbaiki administrasi

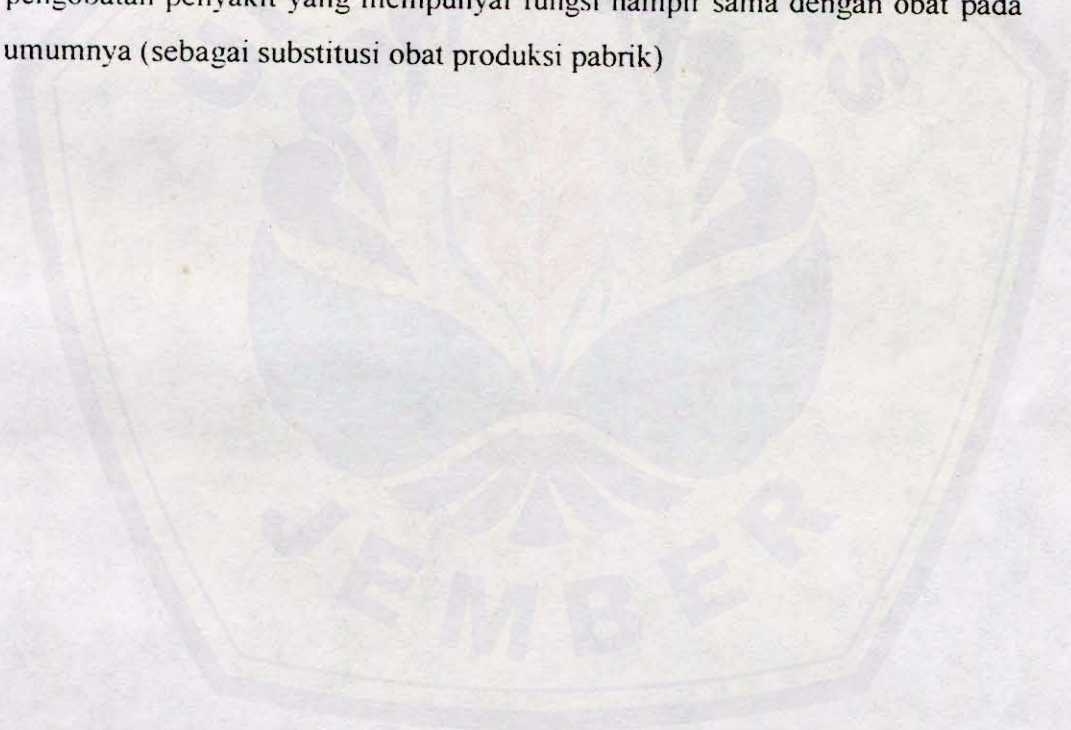
Strategi ST (Strength – Threat)

1. Memantapkan posisi keuangan, ketersediaan modal yang cukup untuk promosi
2. Meningkatkan efisiensi keuangan, dengan cara menekan biaya variabel sehingga harga jual bisa turun.
3. Diversifikasi produk ditambah, misalnya memproduksi kapsul mengkudu.
4. Pengemasan produk yang lebih menarik

5. Menjaga dan meningkatkan ke-hygiene-an kemasan sebagai wujud produk aman bagi kesehatan

Strategi WT (Weakness – Threat)

1. Pengemasan produk dalam berbagai ukuran dengan harga yang bersaing
2. Peningkatan promosi misalnya dengan pemberian diskon/bonus, pembagian selebaran, menjadi sponsor kegiatan yang berhubungan dengan kesehatan
3. Penjelasan yang lebih rinci tentang kandungan/komposisi produk serta khasiatnya, sehingga mampu menumbuhkan image produk maupun masyarakat bahwa produk merupakan salah satu alternatif pencegahan dan pengobatan penyakit yang mempunyai fungsi hampir sama dengan obat pada umumnya (sebagai substitusi obat produksi pabrik)





VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

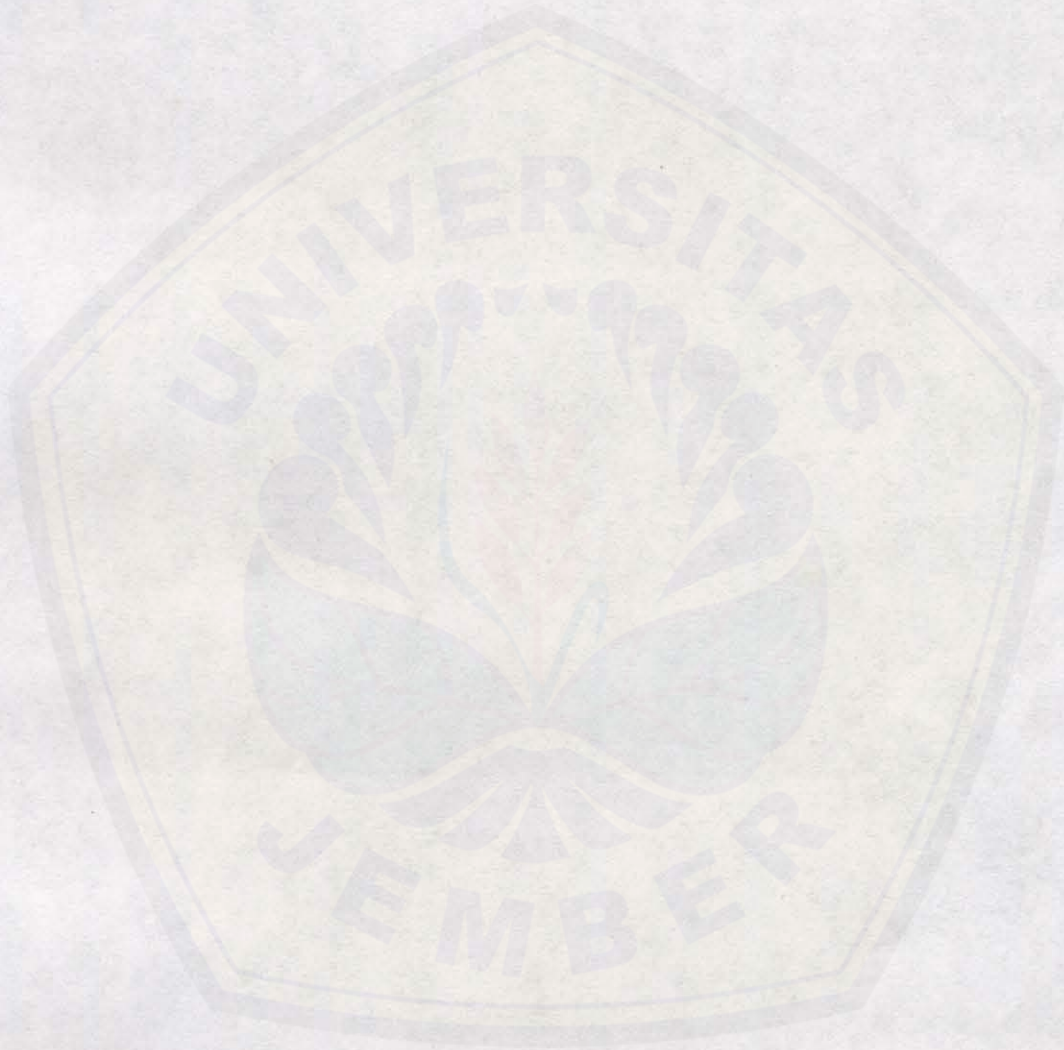
1. Penggunaan biaya produksi instan dan sirup mengkudu CV. Amalinda rata-rata tiap bulan adalah efisien ditunjukkan oleh nilai R/C ratio sebesar 2,28 dan 1,36.
2. Pemasaran instan dan sirup mengkudu CV. Amalinda sudah efisien, hal ini ditunjukkan dengan nilai EP 0% - 33,33% yaitu sebesar 30,50% dan 19,24%.
3. Produktivitas tenaga kerja CV Amalinda untuk produk instan mengkudu pada periode Oktober 2002- Januari 2003 adalah tinggi dengan nilai rata-rata tertimbang Rp.13.188,49/HKP dan untuk sirup mengkudu Rp. 61.288,19/HKP adalah tinggi. Nilai tersebut dibandingkan dengan produktivitas kerja berdasarkan UMR Jember Rp. 10.516,67/HKP. Kesempatan kerja pada CV. Amalinda dipengaruhi target produk dan waktu yang ditentukan pihak distributor.
4. Prospek pengembangan agroindustri mengkudu CV. Amalinda berada pada posisi white area dan berada pada tahap pertumbuhan/stabilitas yang ditunjukkan oleh nilai IFAS sebesar 2,72 dan nilai EFAS sebesar 2,42.

6.2 Saran

Saran yang dapat kami berikan sehubungan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah :

1. Sebaiknya pihak perusahaan tidak hanya mencatat output total produk perhari tapi juga mencatat output yang dihasilkan masing-masing tenaga kerja untuk mengetahui produktivitas masing-masing tenaga kerja tersebut.
3. Peningkatan kerjasama dengan pihak distributor dengan cara menambah jumlah pasar (daerah pemasaran) untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperluas pangsa pasar, sehingga pertumbuhan perusahaan berjalan cepat dan agroindustri mengkudu CV Amalinda memiliki peluang prospektif dalam jangka panjang.

4. Hendaknya bagi produsen dan distributor mengadakan riset pasar (mengenai harga produk sejenis untuk menyusun strategi harga, daerah pemasaran yang prospektif, untuk mengetahui daya beli dan keinginan masyarakat, persaingan dengan produk sejenis serta pemantapan bauran pemasaran).



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwilaga dalam Wulandari. 1999. **Analisa Produktivitas dan Penyerapan Tenaga Kerja Pada Agroindustri Cerutu**. Skripsi. Jember : Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Universitas Jember.
- Agrobis. 2000. "Home Industri Menjamur Nasib Petani Lokal Terangkat". (Agustus, III). No. 384.
- Ahyari, A. 1991. **Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi**. Yogyakarta : BPFE.
- Baharsjah, S. 1997. **Peran Sektor Pertanian di Indonesia Dalam Perekonomian Indonesia Memasuki Milineum ke 3**. London. International Quality Publications.
- Gasperz, V. 2000. **Ekonomi Manajerial (Membuat Keputusan Bisnis)**. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hanafiah, A.M dan Saefuddin, A.M. 1986. **Tataniaga Hasil Pertanian**. Jakarta Universitas Indonesia.
- Herlina dalam Kusmiati, A. 2002. **Kajian Ekonomi dan Prospek Pengembangan Agroindustri Tempe**. Skripsi. Jember : Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Hernanto. 1994. **Ilmu Usaha Tani**. Jakarta . PT Penebar Swadaya.
- Keynes, J.M. 1991. **Teori Umum Mengenai Kesempatan Kerja, Bunga, dan Uang**. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Kotler, P. 1997. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Jakarta : Erlangga.
- Manulang, M. 1994. **Pengantar Ekonomi Perusahaan**. Yogyakarta : Liberty.
- Masyuri. 2000. "Pengembangan Agroindustri Melalui Penelitian dan Pengembangan Intensif dan Berkesinambungan". Dalam **Agroekonomi**. (Juni, VII). No. 2. Yogyakarta : UGM.
- Miller, R dan Meiner, E.R. 1997. **Teori Ekonomi Mikro Intermediate**. Jakarta : PT. Raya Grafindo Persada.
- Mubyarto. 1995. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. Jakarta : LP3ES.

- Mulyadi. 1982. **Akuntansi Biaya**. Yogyakarta : BPFE.
- Napitulu, T. E. M. 2000. "**Pembangunan Pertanian dan Pengembangan Agroindustri**". Dalam Rudi Wibowo (Ed). Pertanian dan Pangan. Jakarta.
- Nazir, M. 1999. **Metode Penelitian**. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Paimin, F.R dan Adiwijaya. P.D. 2001. "**Tanaman Obat di Sekitar Kita**". Dalam **Trubus** (Juni, XXXII). No. 379. Jakarta : PT. Penebar Swadaya.
- Paimin, F.R. 2002. "**Mengoptimalkan Produksi Kebun Mengkudu**". Dalam **Trubus**. (Juli, XXXIII). No. 392. Jakarta : PT. Penebar Swadaya.
- Rahardja dan Manurung. 2000. **Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar**. Jakarta : Lembaga Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rangkuti. 1997. **Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis**. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Simanjuntak, P.J. 1985. **Pengantar Ekonomi Sumberdaya Manusia**. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sjabana, D dan Ramadhani, R.B. 2002. **Mengkudu**. Jakarta : Salemba Medika.
- Soekartawi. 1989. **Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya**. Jakarta : Rajawali.
- _____. 1993. **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi**. Jakarta : Rajawali Press.
- _____. 1995. **Analisis Usahatani**. Jakarta : UI Press.
- _____. 1996. **Pembangunan Pertanian**. Jakarta : PT. Raya Grafindo Persada.
- Soeratno dan Arsyad. 1988. **Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis**. Yogyakarta : BPFE.
- Stanton, W. 1973. **Dasar-dasar Marketing**. Terjemahan Moch. Idochi Anwar dari **Fundamentals Of Marketing**. Bandung : Penerbit Alumni.
- Suciati L P, dkk. 2001. **Akuntansi Biaya**. Jember : Tim Pengajar Akuntansi Biaya Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Sudarto. Y. 1997. **Lidah Buaya**. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.

Sumarni dan Soeprihanto. 2000. **Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)**. Yogyakarta : BPFE.

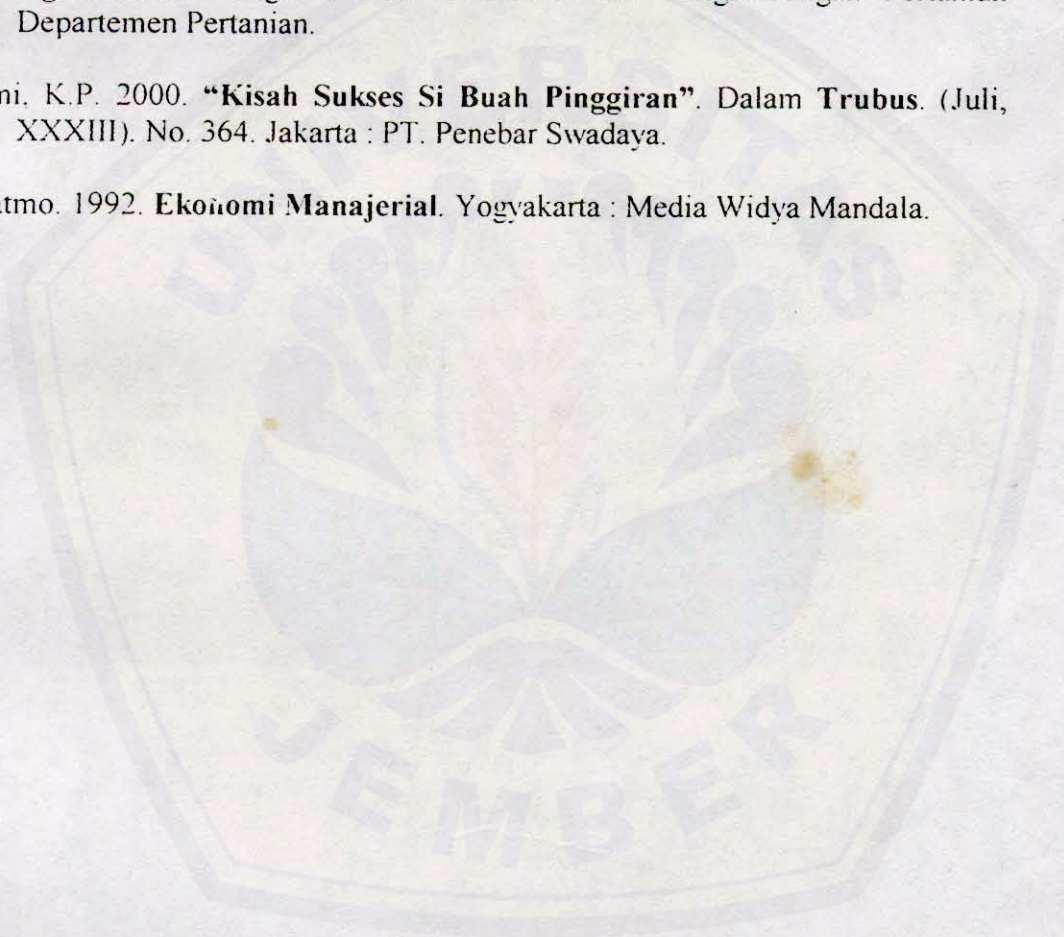
Swastha. B. 1987. **Manajemen Pemasaran I**. Jakarta : Penerbit Jakarta Universitas Terbuka.

_____. 1996. **Azas-azas Marketing**. Yogyakarta : Liberty.

Taryoto. A. 1992. **Analisis Kelembagaan Penunjang Pengembangan Agroindustri**. Bogor : Pusat Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian.

Utami. K.P. 2000. **"Kisah Sukses Si Buah Pinggiran"**. Dalam **Trubus**. (Juli, XXXIII). No. 364. Jakarta : PT. Penebar Swadaya.

Wiratmo. 1992. **Ekonomi Manajerial**. Yogyakarta : Media Widya Mandala.



Lampiran 1. Cash flow Instan Mengkudu CV Amalinda Periode Produksi Oktober 2002-Januari 2003

NO	Jenis Barang	Satuan	Jumlah	Umur ekonomis	Nilai (Rp)
BIAYA TETAP (Penyusutan)					
1	Gentong dan drum	buah	23	2 tahun	14.833,33
2	Timbangan	buah	2	5 tahun	5.333,34
3	Selang regulator	buah	7	3 tahun	37.916,67
4	Tabung gas	buah	9	10 tahun	33.750,00
5	Kompom gas	buah	7	4 tahun	57.916,66
6	Terpal	gulung	1	1 tahun	10.750,00
7	Centong	buah	4	6 bulan	7.200,00
8	Entong kayu	buah	6	6 bulan	5.400,00
9	Wajan	buah	6	1 tahun	94.583,32
10	Corong	buah	8	6 bulan	4.800,00
11	Takaran vicks	buah	8	6 bulan	43.200,00
12	Tampah	buah	4	6 bulan	4.000,00
13	Tempeh plastik	buah	6	1 tahun	15.300,00
14	Rak kompor	buah	4	3 tahun	22.505,55
15	Baki	buah	6	6 bulan	10.800,00
16	Kotak klaris	buah	2	2 tahun	20.500,00
17	Gelas ukur	buah	1	1 tahun	3.000,00
18	pH meter	buah	2	1 tahun	150.000,00
19	Staples	buah	2	2 tahun	9.000,00
20	Stempel	buah	2	2 tahun	2.400,00
21	Gunting	buah	2	1 tahun	4.050,00
22	Saringan	buah	2	2 tahun	15.000,00
	Total biaya tetap				572.238,87
BIAYA VARIABEL					
1	Pace	Kg	6.833,30		17.083.000,00
2	Gula	Kg	6.833,30		24.509.500,00
3	Selep instan kasar				1.537.500,00
4	Plastik klip				1.336.000,00
5	Isi staples	buah	2		1.500,00
6	Mika	buah	35		3.485,00
7	Foto copy label	lbr	9		1.350,00
8	Isi gas				11.768.150,00
9	Kardus/dos bekas	buah	55		27.000,00
10	Plakban	rol	10		5.000,00
11	Isolasi	biji	15		13.500,00
12	TK				7.106.625,00
	Total Biaya Variabel				63.392.610,00
	Total Biaya				63.964.848,87
Penerimaan					
	Instan 15 gr	bgks	364211 @400		145.684.400,00
		bgks	10 @750		7.500,00
	Instan 20 gr	bgks	335		207.000,00
	Total Penerimaan				145.898.900,00

Lampiran 2. Cash flow Sirup mengkudu CV Amalinda Periode Produksi 2001 - 2002

NO	Jenis Barang	Satuan	Jumlah	Umur ekonomis	Nilai (Rp)
BIAYA TETAP (Penyusutan)					
1	Kompor	buah	2	4 tahun	62.500,00
2	Panci besar	buah	2	3 tahun	75.000,00
3	Dandang	buah	2	3 tahun	45.000,00
4	Corong	buah	2	1 tahun	1.800,00
5	Hairdryer	buah	1	5 tahun	1.500,00
6	Saringan	buah	6	2 tahun	135.000,00
7	Gelas ukur	buah	4	1 tahun	22.500,00
8	selang regulator	buah	2	3 tahun	32.500,00
9	tabung gas	buah	2	10 tahun	20.500,00
10	Timbangan	buah	1	5 tahun	8.000,00
Total biaya tetap					404.300,00
BIAYA VARIABEL					
1	Tutup botol	buah	1.858,00		139.350,00
2	Segel	buah	1.858,00		20.438,00
3	Label	buah	1.858,00		929.000,00
4	Gula	kg	535,75		1.928.700,00
5	Mengkudu	kg	1.071,50		2.678.750,00
6	Gas				1.845.350,00
7	Botol	buah	1.858,00		1.805.400,00
8	TK				799.500,00
9	Kardus	buah	125,00		75.000,00
10	Pita + label	buah	1.595,00		797.500,00
11	Lem				100.000,00
Total biaya variabel					11.118.988,00
Total Biaya					11.523.288,00
Penerimaan		botol	1464 @9500		13.908.000,00
		botol	394,00		4.507.000,00
Produk kembali		botol	285,00		2.707.500,00
Total Penerimaan					15.707.500,00

Perhitungan Efisiensi Biaya Instan dan Sirup Mengkudu CV. Amalinda

$$R / C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan (Rp)}}{\text{Total Biaya (Rp)}}$$

Biaya, Penerimaan Rata-rata Per Bulan dan R/C ratio CV Amalinda

Uraian	Jumlah (Rp)	Rata-rata (Rp)	Nilai R/C ratio
Instan mengkudu			2,28
Total biaya	63.964.848,87	15.991.212,22	
Penerimaan	145.898.900,00	36.474.725,00	
Sirup mengkudu			1,36
Total biaya	11.523.288,00	2.880.822,00	
Penerimaan	15.707.500,00	3.926.875,00	

Lampiran 3. Data Produksi, Penjualan dan Penerimaan CV. Amalinda**– Instan Mengkudu Periode Produksi 2002 - 2003**

Tahap	Bulan	Produksi (Sachet)	Penjualan (sachet)	Penerimaan (Rp)
I	Oktober 2002	19.525	19.525	7.810.000
II	November 2002	80.483	80.483	32.193.200
III	Desember 2002	84.901	84.901	33.960.400
IV	Januari 2003	179.637	179.637	76.227.800

– Sirup Mengkudu Periode Produksi 2001-2002**a. Produksi Sirup Mengkudu**

Tahap	Bulan	Produksi (botol)
I	Oktober 2001 - November 2001	116
II	Desember 2001 - Januari 2002	995
III	Mei 2002 - Juni 2002	573
IV	September 2002	174

b. Penjualan dan Penerimaan Sirup Mengkudu

Bulan	Penjualan (botol)	Produk kembali (botol)	Penerimaan (Rp)
Oktober 2001	37		277.500
November 2001	79		600.500
Desember 2001	868*	150	6.852.000
Januari 2002	59		790.000
Februari 2002	51		921.000
Maret 2002	17		144.500
Mei 2002	523**	135	3.851.500
Juni 2002	43		532.000
Agustus 2002	7		67.500
September 2002	174***		1.671.000

Keterangan :

- * = Penjualan oleh distributor sebanyak 804 botol
- ** = Penjualan oleh distributor sebanyak 492 botol
- *** = Penjualan oleh distributor sebanyak 168 botol

Catatan : produksi sebagian besar adalah berdasarkan pesanan distributor

Diagram 4. Data Produktivitas Tenaga Kerja CV. Amalinda
 dan Mengkudu

Bulan	Jumlah Tenaga kerja (orang)	Produksi (sachet)	Harga (Rp)	HKP	Produktivitas (Rp/HKP)	Kriteria
Oktober 2002	18	19.525	400	75,5 ≈ 76	5.709,06	Rendah
November 2002	23	80.483	400	131,3 ≈ 131	10.684,77	Tinggi
Desember 2002	20	84.901	400	120,2 ≈ 120	14.150,17	Tinggi
Januari 2003	19	179.302 + 335	@400 + @ 750	227,7 ≈ 228	16.614,05	Tinggi

Diagram Mengkudu

Bulan	Jumlah Tenaga kerja (orang)	Produksi (botol)	Harga (Rp)	HKP	Produktivitas (Rp/HKP)	Kriteria
Oktober 2001 - November 2001	3	116	9500	6	61.222,22	Tinggi
November 2001 - Januari 2002	3	995	9500	51	61.781,04	Tinggi
Mei 2002 - Juni 2002	3	573	9500	30	60.483,33	Tinggi
September 2002	3	174	9500	9	61.222,22	Tinggi

$$\text{Produktivitas Kerja UMK} = \frac{\text{UMK}}{\sum \text{CTK (HKP)}}$$

$$= \frac{315.500}{30} = \text{Rp } 10.516,67$$

Lampiran 5.

SALURAN PEMASARAN INSTAN MENGKUDU CV. AMALINDA**1. Saluran Pemasaran Instan Mengkudu 15 gr**

CV. Amalinda → Andromeda → Cahaya Mulya → SMK → Konsumen

Uraian	Nilai (Rp)
Harga Jual Produsen	400
Andromeda	
Harga beli	400
Biaya pengemasan	85
Biaya transport	35
Harga jual	700
Keuntungan	180
Cahaya Mulya	
Harga beli	700
Biaya pemasaran (transport + TK pemasar)	337.5
Harga Jual	1500
Keuntungan	462.5
Pengecer	
Harga Beli	1500
Harga Jual Konsumen	1500

2. Saluran Pemasaran Instan Mengkudu 20 gr

CV. Amalinda → Konsumen

⊕ **Efisiensi Pemasaran Instan Mengkudu 15 gr**

$$EP (\text{Efisiensi Pemasaran}) = \frac{\text{Biaya pemasaran (Rp)}}{\text{Nilai jual produk (Rp)}} \times 100\%$$

$$EP = \frac{457,5}{1500} \times 100\% = 30,50\%$$

Lampiran 6.

SALURAN PEMASARAN SIRUP MENGGKUDU CV. AMALINDA

1. Produsen → Konsumen
2. Produsen → Kewmark (Pedagang besar) → Pengecer → Konsumen

Uraian	Nilai (Rp)
Harga jual Produsen	9500
Kewmark (pedagang besar)	
Harga beli	9500
Biaya (Promosi + tranport + TK)	3800
Harga jual	15500
Keuntungan	2200
Pengecer ke konsumen	19750
Keuntungan	4250

✦ **Efisiensi Pemasaran Sirup Mengkudu**

$$EP (\text{Efisiensi Pemasaran}) = \frac{\text{Biaya pemasaran (Rp)}}{\text{Nilai jual produk (Rp)}} \times 100\%$$

$$EP = \frac{3800}{19750} \times 100\% = 19,24\%$$

Lampiran 7
Analisis Lingkungan Internal (IFAS)

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai	Komentar
Kekuatan				
1. Lokasi Usaha	0.05	3	0.15	(1). Lokasi usaha didalam rumah dekat dengan TK dan mudah dijangkau oleh sarana transportasi
2. Harga Bahan Baku	0.06	3	0.18	(2). Harga murah karena langsung membeli ke petani
3. Perolehan Sarana Produksi	0.05	3	0.15	(3). Tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkan sarana produksi, diperoleh secara lokal
4. Ketersediaan Tenaga Kerja	0.06	3	0.18	(4). Tenaga kerja (harian lepas) berasal dari daerah sekitar usaha agroindustri sehingga tenaga kerja mudah diperoleh
5. Diversifikasi Produk	0.06	3	0.18	(5). (Produsen mengolah mengkudu dalam 2 macam bentuk produk, yaitu sirup dan instan
6. Pengendalian Mutu Produk	0.06	3	0.18	(6). Ada usaha pengendalian mutu produk dari segi keaslian rasa dan warna
7. Modal	0.06	4	0.24	(7). Dengan kapasitas produksi skala rumah tangga, pengusaha tidak mengalami kesulitan modal. Modal sepenuhnya berasal dari pengusaha
8. Teknologi	0.06	3	0.18	(8). Dengan kapasitas produksi skala rumah tangga, bersifat sederhana, teknologi cukup memadai.
9. Pemberian Upah	0.05	3	0.15	(9). Upah tenaga kerja (harian lepas) berdasarkan UMR
10. Pembagian Tugas Tenaga Kerja (spesifikasi kerja)	0.05	3	0.15	(10). Pembagian tenaga kerja (spesifikasi) yang jelas antara tenaga kerja pengolahan dan pengemasan
11. Struktur Organisasi	0.04	2	0.08	(11). Bersifat sederhana (tidak rumit), masing-masing komponen saling membeli informasi terhadap kebutuhan dan keadaan segala hal yang berkaitan dengan produksi
Kelemahan				
1. Kendala Proses Produksi	0.06	2	0.12	(1). Pembuatan instan dipengaruhi pH filtrat mengkudu (pH berubah-ubah) sehingga pembuatan instan seringkali mengalami kesulitan
2. Pembukuan	0.05	3	0.15	(2). Pembukuan belum teradministrasi dengan baik
3. Kuantitas sarana	0.05	3	0.15	(3). Kuantitas sarana produksi belum mencukupi untuk pengembangan kuantitas produksi yang lebih besar
4. Sistem Perekrutan Tenaga Kerja	0.05	3	0.15	(4). Perekrutan tenaga kerja berdasarkan faktor sosial tidak mengutamakan keahlian
5. Hubungan dengan Distributor	0.05	3	0.15	(5). Pengusaha kadangkala mengalami kesulitan berkomunikasi dengan distributor
6. Distribusi Produk	0.06	3	0.18	(6). Sebagian besar distribusi produk dilakukan/ditentukan distributor, pengusaha terikat kontrak (perjanjian) dengan pihak distributor
7. Kontinuitas produk	0.06	2	0.12	(7). Pengusaha harus memburu bahan baku dan bersaing dengan produsen lain, karena belum adanya pengembangan produksi bahan baku secara khusus
Total	0.96		2.72	

iran 8
Analisis Lingkungan Eksternal (EFAS)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai	Komentar
Peluang				
1. Kesesuaian produk dengan selera konsumen	0.08	3	0.24	(1). Produk yang dihasilkan cenderung sesuai dengan selera konsumen (adanya konsumen tetap)
2. Harga produk	0.08	2	0.16	(2). Produsen dan distributor belum pernah menaikkan harga produk (harga relatif tetap) sebagai langkah untuk meraih pangsa pasar
3. Daerah pemasaran produk	0.08	4	0.32	(3). Pemasaran dilakukan secara langsung oleh produsen secara lokal dan melalui distributor, baik lokal maupun luar kota
4. Pelanggan (Konsumen tetap)	0.08	3	0.24	(4). Adanya pelanggan sehingga kontinuitas penjualan tetap berjalan
5. Adanya pembinaan dari pemerintah	0.08	1	0.08	(5). Adanya sarana pembinaan dan bantuan sarana produksi dari pemerintah untuk pengembangan agroindustri
6. Budaya	0.07	3	0.21	(6). Peningkatan permintaan produk kepada produsen langsung terjadi pada saat hari besar sejenis)lokal
7. Pesaing (agroindustri sejenis)lokal	0.08	4	0.32	(7). Masih sedikitnya pengusaha (di Jember) yang bergerak di agroindustri mengkudu
8. Khasiat dan kandungan mengkudu	0.07	3	0.21	(8). Banyaknya penelitian tentang khasiat dan kandungan mengkudu, menambah pengetahuan masyarakat bahwa mengkudu dapat dijadiukan sebagai salah satu alternatif pengobatan/pencegahan penyakit
Ancaman				
1. Kesadaran penduduk	0.07	2	0.14	(1). Rendahnya kesadaran penduduk terhadap konsumsi produk olahan mengkudu karena adanya anggapan produk tersebut hanya untuk dikonsumsi oleh orang-orang tertentu(yang punya penyakit)
2. Persaingan dengan produk lain yang sejenis	0.08	1	0.08	(2). Adanya persaingan produk sejenis dari daerah sekitar (lokal) dan produk dari luar daerah /nasional, dalam hal kualitas dan harga
3. Kedudukan produk	0.06	3	0.18	(3). Kedudukan produk sebagai minuman kesehatan kurang kuat dibandingkan jamu/obat yang jelas kedudukan dan fungsinya (untuk mengobati) sehingga dapat menyulitkan pihak distributor dalam pemasarannya.
4. Fluktuasi harga gula	0.08	1	0.08	(4). Fluktuasi harga gula dapat mempengaruhi kelancaran proses produksi, dapat mengakibatkan membengkaknya biaya produksi sehingga berpengaruh pada harga
5. Daya beli dan keinginan masyarakat	0.08	2	0.16	(5). Keinginan dan daya beli masyarakat yang berbeda-beda mempengaruhi penjualan produk. Hanya masyarakat dari lapisan tertentu saja yang dapat menjangkau produk
Total	0.99		2.42	

Lampiran 9. Matriks SWOT

<p>INTERNAL FAKTOR</p> <p>EKSTERNAL FAKTOR</p>	<p>KEKUATAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Lokasi Usaha ♦ Harga bahan baku ♦ Perolehan sarana produksi ♦ Ketersediaan tenaga kerja ♦ Diversifikasi produk ♦ Pengendalian mutu produk ♦ Modal ♦ Teknologi ♦ Pemberian Upah ♦ Pembagian tugas tenaga kerja (spesifikasi kerja) ♦ Struktur organisasi 	<p>KELEMAHAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Kendala proses produksi ♦ Pembukuan ♦ Kuantitas sarana ♦ Sistem perekrutan tenaga kerja ♦ Hubungan dengan distributor ♦ Distribusi produk ♦ Kontinuitas bahan baku
<p>PELUANG :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Kesesuaian produk dengan selera konsumen ♦ Harga produk ♦ Daerah pemasaran produk ♦ Pelanggan ♦ Pembinaan pemerintah ♦ Budaya ♦ Pesaing lokal ♦ Khasiat dan kandungan mengkudu 	<p>KEKUATAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Meningkatkan kualitas produk ♦ Perluasan pangsa pasar ♦ Pemanfaatan sarana pembinaan pemerintah dalam peningkatan kualitas produk dan pengembangan usaha 	<p>KELEMAHAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Meningkatkan keterampilan tenaga kerja ♦ Meningkatkan kerjasama dengan distributor atau pihak pemerintah dalam hal kontinuitas bahan baku ♦ Memperbaiki administrasi
<p>ANCAMAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Kesadaran penduduk ♦ Persaingan dengan produk sejenis ♦ Kedudukan produk ♦ Fluktuasi harga gula ♦ Daya beli dan keinginan masyarakat 	<p>KEKUATAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Memantapkan posisi keuangan, modal cukup ♦ Meningkatkan efisiensi keuangan, penekanan biaya variabel ♦ Diversifikasi produk dalam bentuk padat mis kapsul ♦ Menjaga dan meningkatkan kemasan yang higienis 	<p>KELEMAHAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Produk berbagai ukuran dengan harga bersaing ♦ Promosi melalui pemberian bonus/diskon, selebaran dll ♦ Perincian kandungan/komposisi produk lebih lengkap, shg mampu menumbuhkan image produk sebagai obat bagi kesehatan

