



**ANALISIS EKONOMI DAN KONTRIBUSI PENDAPATAN
TENAGA KERJA AGROINDUSTRI JAMU
TRADISIONAL**

(Studi Kasus di Agroindustri Jamu Parang Husada Dusun Purut Desa Parang
Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri)

**KARYA ILMIAH TERTULIS
(SKRIPSI)**

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

Oleh

Retno Puspitaningtyas
NIM. 991510201075

Asal :	Hadiah	Klass
	Pembelian	338.476
Terima dit :	05 MAR 2005	PUS
No. induk :		a
Pengkatalog :		

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN**

Mei 2004

KARYA ILMIAH TERTULIS BERJUDUL
ANALISIS EKONOMI DAN KONTRIBUSI PENDAPATAN
TENAGA KERJA AGROINDUSTRI JAMU
TRADISIONAL

(Studi Kasus di Agroindustri Jamu Parang Husada Dusun Purut Desa Parang
Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri)

Oleh

Retno Puspitaningtyas
NIM. 991510201075

Dipersiapkan dan disusun dibawah bimbingan:

Pembimbing Utama : Rudi Hartadi, SP, MSi
NIP. 132 090 694

Pembimbing Anggota : Ir. Jani Januar, MT
NIP. 131 918 174

KARYA ILMIAH TERTULIS BERJUDUL
ANALISIS EKONOMI DAN KONTRIBUSI PENDAPATAN
TENAGA KERJA AGROINDUSTRI JAMU
TRADISIONAL

(Studi Kasus di Agroindustri Jamu Parang Husada Dusun Purut Desa Parang
Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri)

Dipersiapkan dan disusun oleh

Retno Puspitaningtyas
NIM. 991510201075

Telah diuji pada tanggal
15 Mei 2004
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

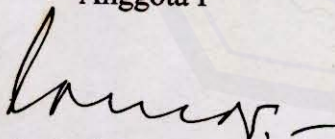
TIM PENGUJI

Ketua



Rudi Hartadi, SP, MSi
NIP. 132 090 694

Anggota I



Ir. Jani Januar, MT
NIP. 131 798 139

Anggota II



Ir. Sri Subekti, MSi
NIP. 131 918 174



MENGESAHKAN

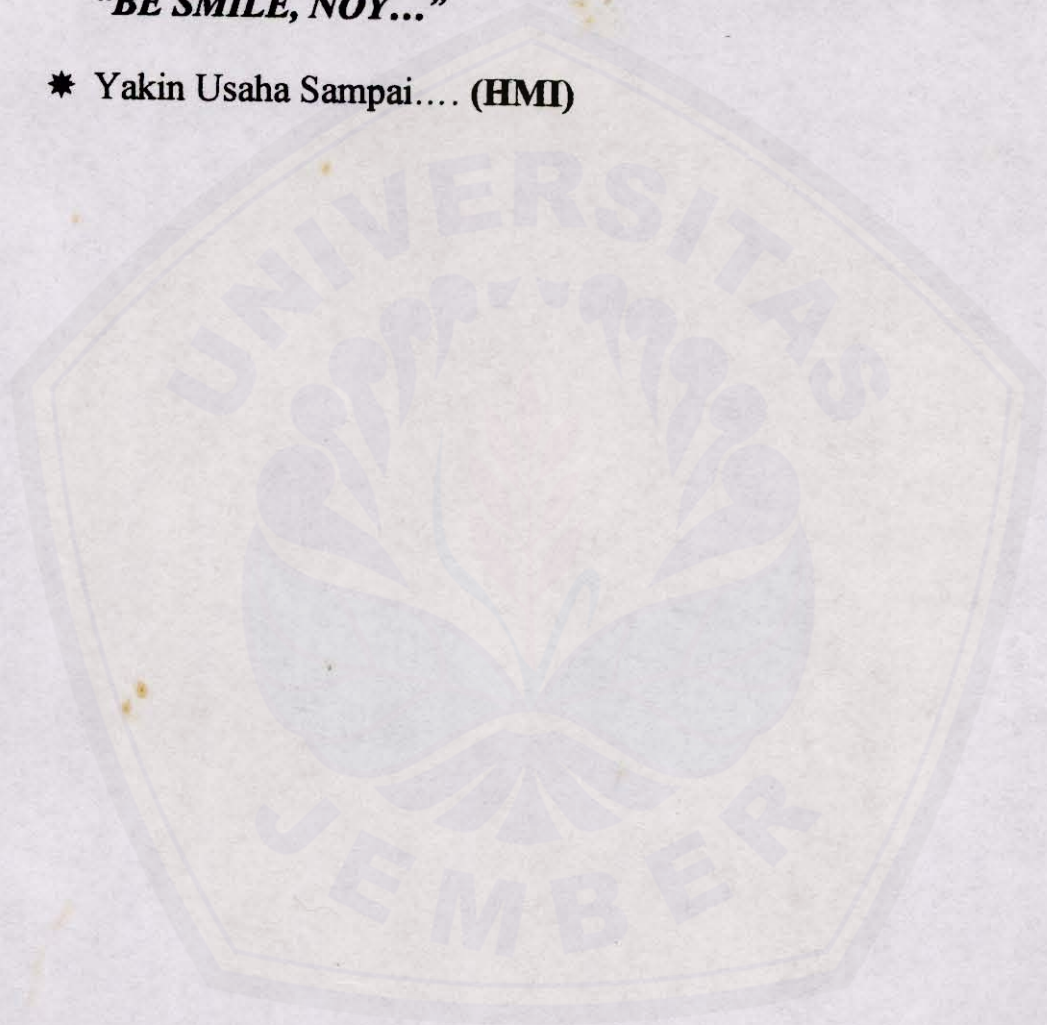
Dekan,



Ir. A. Mudjiharjati, MS
NIP. 130 609 808

MOTTO

- * Raih cita dan cinta dengan usaha dan doa ***“ORA ET LABORA”***
- * Jalani hidup ini dengan penuh keikhlasan dan senyuman ***“BE SMILE, NOY...”***
- * Yakin Usaha Sampai.... (HMI)



Dengan segala rasa yang susah untuk diungkapkan serta rasa syukur, kupersembahkan karya ilmiah ini untuk orang-orang yang paling kusayangi:

- ☆ Yang sangat kuhormati, kukasihi, & kusayangi, Ayahanda "**HARSONO**" dan Ibunda "**SRI WIGATI RAHAYUNINGSIH**" yg telah membesarkanku, mencurahkan kasih sayang dan selalu mendoakan dalam setiap langkahku menuju sebuah kesuksesan.
- ☆ Adikku tersayang "**WIDI JATMIKO**" yg selalu sabar dan memberikan motivasi padaku. Makasih atas segala nasehat dan dukungannya. I LOVE YOU
- ☆ Om Iik, Wik Ning, Memes dan Lanang (Keluarga Bondowoso), dg kesabaran turut membantu dan memotivasi selama aku menyelesaikan study.
- ☆ My endlesslove "**KARTIKA**", yg tidak bosan2nya mengingatkan 'tuk segera menyelesaikan karya ilmiah ini dan dengan sabar selalu mendampingi. Kasih sayang dan ketulusanmu menjadi semangat hidupku. M 115 U

Canda dan tawa yang selalu mengisi hari-hariku di kota perantauan ini tak lepas dari keceriaan yang diberikan oleh teman-temanku.

- * Nanang Tri Haryadi, Thank's for All.
- * Sobat-sobatku, Minda, Reta, Feni, Lisa, Dita, Dinda, Beni, Idha, Betty, Eer, Hari, Firman, Nurcahyo, Dani, Lutfi, ... Makasih atas keceriaan dan persahabatan selama ini. I WILL REMEMBER IT
- * Teman-teman SOSEK '99 yg selalu kompak dan ceria. "Jangan lupa ama teman2 ya... ,ampe kakek2 ama nenek2"
- * Teman2 seperjuanganku di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Pertanian "Yakin Usaha Sampai..." dan rekan2 persma di LPMP Plantarum "Lantang Bicara Berani Aksi". Makasih atas segala kebersamaan dan perjuangannya selama ini.
- * Rekan-rekan seorganisasi HIMASETA, UKMO (Bulutangkis) dan POPMASEPI.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah banyak melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah tertulis (skripsi) ini. Penulisan karya ilmiah tertulis (skripsi) yang berjudul "Analisis Ekonomi dan Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Agroindustri Jamu Tradisional " ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana strata satu pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, arahan, bimbingan, dan saran-saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

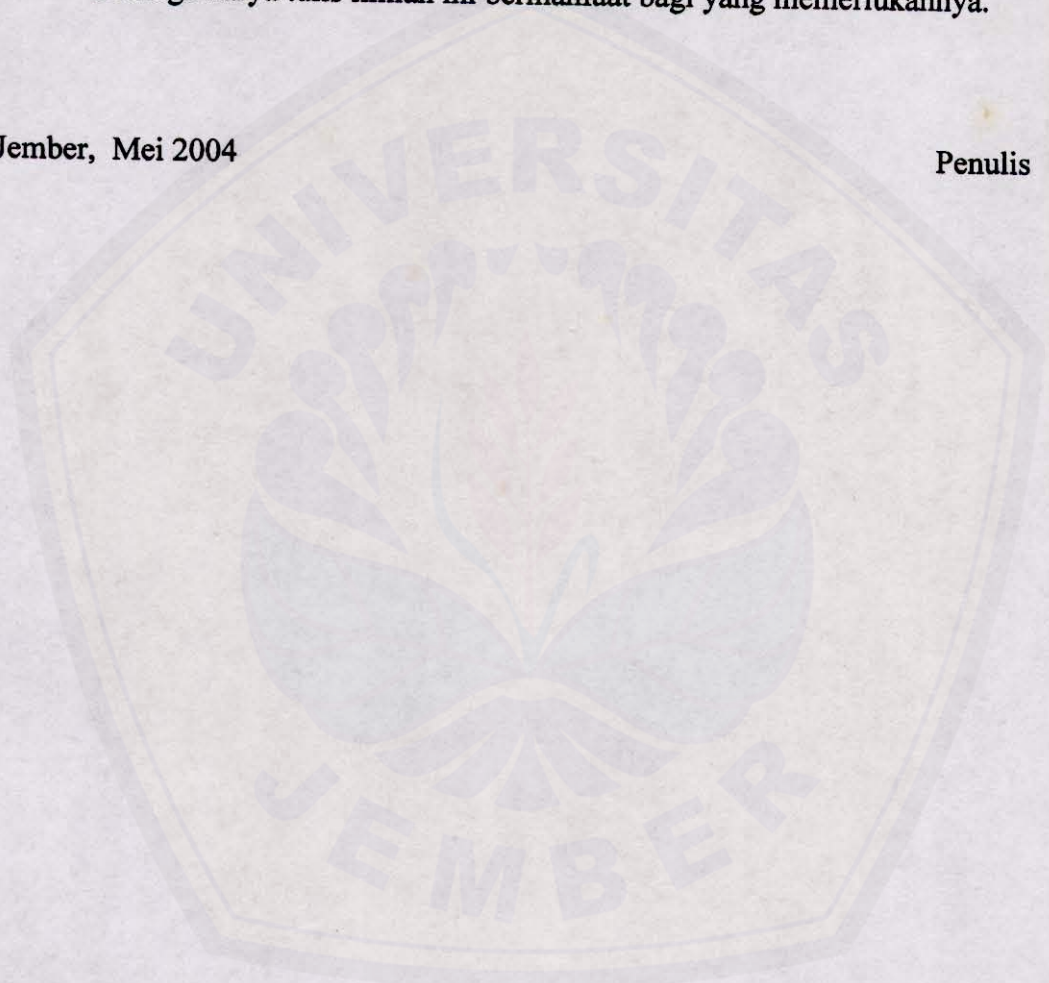
1. Dr. Ir. T. Sutikto, MSc, selaku Rektor Universitas Jember .
2. Ir. Arie Mudjiharjati, MS selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Ir. Imam Syafi'i, MS selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan dosen wali yang telah memberikan bantuan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan study.
4. Rudi Hartadi, SP, MSi, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, nasehat dan arahan dalam penyelesaian karya ilmiah tertulis ini
5. Ir. Jani Januar, MT, selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dan petunjuk kepada penulis dalam penulisan karya ilmiah tertulis ini
6. Ir. Sri Subekti, Msi, selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan demi kesempurnaan tulisan ilmiah ini
7. Bapak Suparno, selaku pimpinan Parang Husada yang telah memberikan ijin dan bantuan dalam penelitian sehingga terselesaikannya karya ilmiah ini

8. Teman-teman SOSEK '99 yang telah memberikan saran dan kritik membangun, sehingga karya tulis ilmiah ini menjadi lebih baik
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian sampai terselesaikannya karya ilmiah tertulis ini.

Semoga karya tulis ilmiah ini bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Jember, Mei 2004

Penulis



Retno Puspitaningtyas (991510201075), Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember, Judul **ANALISIS EKONOMI DAN KONTRIBUSI PENDAPATAN TENAGA KERJA AGROINDUSTRI JAMU TRADISIONAL**. Studi kasus di Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Dusun Purut Desa Parang Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri. Dibawah bimbingan Rudi Hartadi, SP, MSi selaku Dosen pembimbing Utama dan Ir. Jani Januar, MT selaku Dosen Pembimbing Anggota.

RINGKASAN

Agroindustri dalam sistem agribisnis merupakan salah satu subsistem yang bersama-sama subsistem lain membentuk sistem agribisnis. Keberadaan agroindustri jamu di pedesaan di samping menyerap bahan baku, juga menjadi salah satu alternatif bagi peningkatan kesempatan kerja. Jamu tradisional merupakan alternatif lain sebagai pengganti obat modern terutama bagi penduduk yang tinggal di daerah yang kekurangan fasilitas kesehatan bahkan penggunaan jamu juga meningkat dikalangan masyarakat modern terutama dengan adanya gerakan kembali ke alam (*back to nature*).

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui efisiensi biaya produksi pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada, (2) mengetahui kontribusi agroindustri jamu tradisional Parang Husada terhadap pendapatan keluarga, (3) mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan agroindustri jamu tradisional Parang Husada, (4) mengetahui prospek pengembangan agroindustri jamu tradisional Parang Husada di masa mendatang. Daerah penelitian ditentukan secara sengaja atau *Purposive Sampling Method* yaitu di agroindustri jamu tradisional Parang Husada di Dusun Purut Desa Parang Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analitik. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung dan hasil wawancara berdasarkan kuisioner dengan tenaga kerja dan pengusaha jamu tradisional. Data sekunder diperoleh dari agroindustri jamu tradisional dan instansi yang terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini digunakan alat analisis: (1) R/C rasio, (2) Statistik (Proporsi), (3) SWOT.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut : (1) penggunaan biaya produksi agroindustri jamu tradisional Parang Husada sudah efisien, (2) kontribusi pendapatan tenaga kerja agroindustri jamu tradisional Parang Husada terhadap pendapatan keluarga masih rendah hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang ada, (3) Agroindustri jamu tradisional Parang Husada memiliki strategi pemasaran yang baik, (4) Agroindustri jamu tradisional Parang Husada berada pada posisi ideal yang berarti bahwa agroindustri tersebut memiliki peluang pasar yang prospektif dan mempunyai kompetensi untuk diusahakan.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan	6
1.3.1 Tujuan	6
1.3.2 Kegunaan	6
II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pembangunan Pertanian dan Agroindustri	7
2.1.2 Klasifikasi Agroindustri	10
2.1.3 Tanaman Obat	12
2.2 Tinjauan Dasar Teori.....	14
2.2.1 Teori Efisiensi Biaya Produksi	14
2.2.2 Kontribusi Pendapatan	15
2.2.3 Teori Pemasaran	15
2.2.4 Analisis SWOT	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.4 Hipotesis	24
III. METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Metode Pengambilan Contoh.....	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Metode Analisis Data	26
3.6 Terminologi	31

IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH	33
4.1 Umum.....	33
4.1.1 Kondisi Geografis.....	33
4.1.2 Luas Wilayah dan Batas Wilayah	33
4.1.3 Keadaan Penduduk.....	33
4.1.4 Keadaan Kelompok Umur Angkatan Kerja Penduduk	34
4.1.5 Mata Pencaharian Penduduk	35
4.2 Sektor Agroindustri	36
4.2.1 Sejarah Perusahaan.....	36
4.2.2 Proses Kegiatan Produksi Jamu	37
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
5.1 Efisiensi Biaya Produksi Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada	39
5.2 Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Agroindustri Jamu Tradisional Terhadap Pendapatan Keluarga.....	41
5.3 Strategi Pemasaran Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada....	43
5.3.1 Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	43
5.3.2 Strategi Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada dalam Meningkatkan Penjualan Produk Jamu	46
5.4 Prospek Pengembangan Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada	47
5.4.1 Faktor Strategi Internal	48
5.4.2 Faktor Strategi Eksternal.....	50
5.4.3 Analisis Matrik Kompetitif Relatif.....	53
5.4.4 Analisis Internal Eksternal.....	54
5.4.5 Analisis Matrik SWOT	55
5.4.6 Formula Strategi Usaha Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada.....	61

VI. KESIMPULAN	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Klasifikasi Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	10
2.	Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	28
3.	Faktor Strategi Internal (IFAS)	28
4.	Distribusi Penduduk Desa Parang Berdasarkan Jenis Keiamir. Pada Tahun 2003	34
5.	Distribusi Penduduk Desa Parang Berdasarkan Kelompok Umur Angkatan Kerja Pada Tahun 2003.....	34
6.	Distribusi Penduduk Desa Parang Berdasarkan Mata Pencaharian Pada Tahun 2003	35
7.	Efisiensi Penggunaan Biaya Produksi Agroindustri Jamu tradisional Parang Husada Periode 1998-2002	39
8.	Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Agroindustri Jamu tradisional Parang husada Terhadap Pendapatan Keluarga.....	42
10.	Strategi Bauran Pemasaran Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada.....	44

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	24
2.	Matrik Kompetitif Relatif.....	29
3.	Matrik Internal Eksternal.....	30
4.	Matrik SWOT	31
5.	Skema Pembuatan Jamu Racikan	37
6.	Skema Pembuatan Jamu Instan.....	38
7.	Analisis Matrik Kompetitif Relatif	53
8.	Analisis Matrik Internal Eksternal	54
9.	Analisis Matrik SWOT	60

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Perkiraan Biaya Tetap Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Tahun 1998-2002	66
2.	Perkiraan Biaya Variabel Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Tahun 1998-2002	67
3.	Penerimaan Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Tahun 1998-2002	68
4.	Tingkat Efisiensi Biaya Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Tahun 1998-2002	69
5.	Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Pada Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Terhadap Pendapatan Keluarga	70
6.	Tabel Internal Factors Analysis Summary (IFAS)	71
7.	Tabel External Factors Analysis Summary (EFAS)	73
8.	Kuisisioner	75



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumberdaya alam. Potensi sumberdaya yang besar di sektor pertanian mengarahkan negara ini menjadi negara agraris. Sektor pertanian dapat menjadi *leading sector* dalam pembangunan nasional apabila memperhatikan potensi tersebut. Konsekuensi yang logis adalah bagaimana negara mampu mengelola potensi tersebut sedemikian rupa sehingga mampu memberikan kontribusi demi tercapainya tujuan pembangunan.

Pembangunan nasional ini berorientasi pada pembangunan sektor ekonomi dengan titik berat pada keterkaitan antara industri dengan pertanian dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Hal ini dimaksudkan untuk mewujudkan struktur ekonomi yang seimbang antara industri dan pertanian ditinjau baik dari segi nilai tambah maupun penyerapan tenaga kerja. Struktur ekonomi yang seimbang tersebut dicirikan oleh kekuatan industri yang maju serta didukung oleh kemampuan pertanian yang tangguh. Ketangguhan sektor pertanian tersebut tercermin dari kemampuan pelaku pembangunan pertanian dalam mendorong terwujudnya suatu sistem pertanian secara berkelanjutan yang dibentuk oleh kekuatan kompatibilitas kegunaan produk sektor pertanian dan struktur industri, baik dalam skala usaha, lokasi maupun jenis komoditas (Soetrisno, 1998).

Salah satu ciri strategi pembangunan yang harus dimiliki oleh negara berkembang dan mempunyai potensi sebagian besar dari sektor pertanian menuju ke negara industri adalah kebijaksanaan pembangunan yang menjaga keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri melalui pembangunan agroindustri. Manfaat ekonomis yang diharapkan dari keberadaan agroindustri ialah meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan nilai tambah wilayah, meningkatkan pendapatan bagi petani dan meningkatkan mutu hasil produksi pertanian. Manfaat ini akan semakin dirasakan apabila agroindustri tumbuh dan berkembang di pedesaan, mengingat pedesaan berperan sebagai penyedia tenaga

kerja, tempat penghasil bahan baku agroindustri dan merupakan tempat untuk memasarkan hasil industri pertanian. Hal ini sejalan dengan peran strategis industri pertanian dan pedesaan yang dikemukakan oleh Soekartawi (1991), yaitu bagaimana potensi pedesaan dapat didayagunakan sedemikian rupa melalui upaya industrialisasi (pertanian dan pedesaan) agar sumberdaya yang ada di pedesaan dapat dimanfaatkan secara lebih produktif, mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan perkapita dan sekaligus meningkatkan nilai tambah pedesaan.

Dalam sektor manufaktur, agroindustri termasuk yang paling kompetitif dan padat karya. Agroindustri lebih mendorong keterkaitannya ke hulu dengan meningkatkan pemanfaatan semua hasil-hasil pertanian termasuk produk sampingan dan limbah (pada pengolahan primer dan sekunder). Efisiensi dan daya saing dari industri yang telah ada juga didorong dengan menerapkan pendekatan agribisnis sistematis, sementara pendirian industri baru sepenuhnya dipadukan dalam skema pengembangan komoditas (Dillon, 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 terus meningkat secara mantap. Harapan dilakukannya pengembangan agroindustri (Priatno, 1993) adalah :

1. Peningkatan permintaan terhadap output sektor pertanian, hal ini merupakan insentif yang kuat untuk petani meningkatkan efisiensi terutama dalam perbaikan budidaya tanaman melalui adopsi teknologi tepat guna. Apabila manfaat ekonomi dari perbaikan tersebut dapat diraih petani berarti pendapatan bersih yang diterimanya akan meningkat, dan pada gilirannya akan meningkatkan permintaan petani terhadap barang dan jasa industri, sehingga pada tahap awal, sektor industri akan mendorong pengembangan sektor pertanian dan selanjutnya pengembangan sektor pertanian akan mendorong pengembangan sektor industri.

2. Peningkatan terhadap tenaga kerja. Apabila pengembangan agroindustri tersebut berlangsung di wilayah pedesaan, maka sebagian surplus tenaga kerja sektor pertanian dapat diserap. Hal ini sangat mungkin terjadi mengingat yang digarap oleh sektor industri adalah output dari sektor pertanian, sehingga perbedaan norma kerja sektor pertanian dengan sektor industri tidak akan terlalu menjadi permasalahan secara lebih khusus, peran dan fungsi pengembangan agroindustri dalam pengembangan ekonomi nasional adalah untuk meningkatkan nilai tambah produk-produk pertanian.

Salah satu agroindustri yang memiliki prospek pengembangan yang cerah dalam sistem agribisnis adalah agroindustri jamu. Hal ini dikarenakan ada hal-hal yang menunjang, seperti yang dikemukakan oleh Mooryati (1992) berikut ini :

1. Adanya berbagai peraturan perundangan seperti Undang-undang No. 9 Tahun 1960 tentang pokok kesehatan, Undang-undang No. 7 Tahun 1963 tentang farmasi, Undang-undang No. 23 Tahun 1992 tentang kesehatan. Peraturan perundang-undangan sedikit banyak telah memberikan pengayoman perihal penggunaan obat-obat tradisional dalam upaya menunjang peningkatan kesehatan rakyat. Sebagaimana diketahui, GBHN 1999 telah mengarahkan agar meningkatkan dan memelihara mutu lembaga dan pelayanan kesehatan melalui pemberdayaan sumberdaya manusia secara berkelanjutan dan sarana prasarana dalam bidang medis, termasuk persediaan obat yang dapat dijangkau oleh masyarakat. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kesehatan secara lebih luas dan merata, sekaligus memelihara dan mengembangkan warisan budaya bangsa, perlu terus dilakukan penggalan, penelitian, pengujian dan pengembangan obat-obatan serta cara pengobatan tradisional. Di samping peraturan perundangan tersebut, dalam rangka deregulasi pemerintah juga telah melonggarkan masalah perijinan dan registrasi obat-obatan tradisional, sehingga memungkinkan tumbuh dan berkembangnya perusahaan jamu dan obat tradisional yang baru di Indonesia.
2. Adanya kecenderungan semakin berkembangnya masyarakat dunia untuk "back to nature", memanfaatkan bahan-bahan alami bagi perawatan kesehatan dan penyembuhan penyakit, sebagaimana terungkap dalam *Workshop*

International yang diselenggarakan oleh WHO di Munich Jerman pada tahun 1991 tentang pengaturan obat-obatan tradisional. Data menunjukkan bahwa negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jerman Barat, Jepang, Inggris dan Belanda semakin banyak mendatangkan obat-obatan tradisional. Angka impornya selalu naik tiap tahunnya. Produk-produk obat tradisional Indonesia sudah tersebar di berbagai negara antara lain Pakistan, Banglades, Hongkong, Singapura, Sri Langka, Malaysia, Muangthai, Jepang, Korea Selatan.

3. Pengakuan Internasional yang menyatakan bahwa Indonesia sebagai negara termaju di bidang obat tradisional di Asia Tenggara. Hal ini terbukti dari kenyataan bahwa WHO dan UNDP telah menunjuk Indonesia sebagai koordinator kegiatan-kegiatan di bidang obat tradisional, terutama dalam bidang standarisasi.
4. Kebijakan pemerintah Indonesia untuk memberlakukan *Strategy primary health care* dalam rangka pemerataan kesehatan secara global di Indonesia sebagaimana dianjurkan oleh WHO Dalam resolusi WHO 1977, yang terkenal dengan resolusi Aloma ATA : “ *Health for All by the year 2000*” , menyatakan bahwa pelayanan kesehatan masyarakat tidak dapat merata tanpa mengikutsertakan sistem pengobatan tradisional. Pengobatan tradisional dengan obat-obatan tradisionalnya mempunyai latar belakang sosio budaya masyarakat dan dapat digolongkan sebagai teknologi tepat guna, karena bahan-bahan yang dipakai terdapat disekitar masyarakat itu sendiri.

Dari beberapa kebijakan pemerintah tersebut memperlihatkan bahwa obat tradisional Indonesia mempunyai peranan penting dalam menunjang peningkatan kesehatan rakyat. Peningkatan kesehatan rakyat tersebut pada gilirannya akan berimplikasi pada pertumbuhan dan perkembangan agroindustri jamu dan obat tradisional (Mooryati, 1992).

Jamu tradisional menurut Cahyono (1997), merupakan alternatif lain sebagai pengganti obat modern terutama bagi penduduk yang tinggal di daerah yang kekurangan fasilitas kesehatan bahkan penggunaan jamu juga meningkat dikalangan masyarakat modern terutama dengan adanya gerakan kembali ke alam (*back to nature*). Melihat kondisi tersebut industri rumah tangga jamu tradisional

sangat potensial perkembangannya apabila melihat kondisi bahwa saat ini harga obat-obatan kimia semakin tinggi dan banyak orang yang mencari obat alternatif sebagai pengganti obat-obatan kimia.

Jamu atau obat tradisional tetap digunakan hingga saat ini oleh sebagian besar lapisan masyarakat di Indonesia. Penggunaan obat tradisional dari tahun ke tahun bukannya makin berkurang, melainkan makin meningkat. Hal tersebut dapat diperkirakan dengan mengingat makin berkembangnya beberapa agroindustri, serta bertambahnya kios-kios jamu sebagai pengecer obat tradisional (Sutardji, 1991).

Industri jamu Parang Husada merupakan salah satu sentra agroindustri jamu tradisional di Kabupaten Kediri. Agroindustri ini terletak di Dusun Purut Desa Parang Kecamatan Banyakan. Agroindustri Parang Husada merupakan agroindustri berskala sedang yang masih menggunakan peralatan sederhana, namun bisa memproduksi jamu dalam jumlah yang banyak dan pemasarannya bisa mencapai luar Jawa. Pengusahaan jamu di daerah ini sangat cocok dengan kondisi lingkungan yang dibutuhkan oleh tanaman obat-obatan. Kegiatan pada agroindustri ini selalu terikat dengan penggunaan faktor produksi (input) untuk mencapai hasil produksi yang tinggi dan meningkatkan pendapatan produsen, maka input dan sumberdaya yang digunakan akan berpengaruh pada hasil yang dicapai. Pengusaha jamu tradisional Parang Husada di Dusun Purut masih dilakukan dalam skala sedang tetapi masih menggunakan peralatan teknologi sederhana.

Atas dasar latar belakang permasalahan tersebut maka perlu adanya analisis ekonomi tentang efisiensi biaya produksi dan kontribusi pendapatan, serta strategi pemasaran dan prospek pengembangan jamu tradisional Parang Husada.

1.2 Identifikasi Permasalahan

1. Bagaimanakah efisiensi biaya produksi pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada?
2. Bagaimana kontribusi pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional terhadap pendapatan keluarga ?

3. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada ?
4. Bagaimana prospek pengembangan agroindustri jamu tradisional Parang Husada di masa mendatang ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan

1. Mengetahui efisiensi biaya produksi pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada.
2. Mengetahui kontribusi pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional terhadap pendapatan keluarga.
3. Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada.
4. Mengetahui prospek pengembangan agroindustri jamu tradisional Parang Husada di masa mendatang.

1.3.2 Kegunaan

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pengusaha jamu tradisional dalam rangka meningkatkan pendapatan usahanya.
2. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah daerah setempat dalam menentukan kebijaksanaan pembangunan agroindustri terutama pembinaan dan pengembangan agroindustri jamu tradisional.
3. Sebagai salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan agroindustri jamu tradisional.



II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pembangunan Pertanian dan Agroindustri

Pembangunan pertanian dapat diartikan berhasil, apabila terjadi pertumbuhan sektor pertanian yang tinggi sekaligus terjadi perubahan masyarakat tani yang kurang baik menjadi lebih baik. Sektor pertanian di Indonesia dianggap penting, hal ini terlihat dari peran sektor pertanian terhadap penyediaan lapangan kerja, penyediaan pangan, penyumbang devisa negara melalui ekspor dan sebagainya (Soekartawi, 1994).

Terkait dengan pembangunan sektor pertanian yang ditangani oleh Departemen Pertanian juga telah dirancang desain utama dalam skenario pembangunan pertanian di era otonomi daerah. Menurut Saragih (2002), Visi pembangunan pertanian adalah terwujudnya masyarakat yang sejahtera khususnya petani melalui pembangunan sistem dan usaha-usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan desentralistis. Melalui serangkaian kebijakan operasional pembangunan pertanian yang secara umum diimplementasikan sebagai upaya untuk memfasilitasi, melayani, dan mendorong berkembangnya sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan desentralisasi.

Menurut Taryoto (1992), program pemerintah dalam pembangunan pertanian saat ini telah dikembangkan ke arah agroindustri. Keberadaan agroindustri tersebut 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 2 sudut pandang, yaitu :

1. Agroindustri berperan sebagai penghubung antar sektor pertanian dengan sektor industri
2. Agroindustri juga berperan dalam upaya meningkatkan nilai tambah komoditas pertanian.

Indonesia memerlukan *industrial policy* yang menetapkan agroindustri menjadi pemimpin perekonomian di masa datang. Hal yang diperlukan dalam *policy* ini adalah kebijakan mempromosikan agroindustri bukan memproteksi. Agroindustri harus ditekankan pada agroindustri berbasis komoditi daerah tropis, karena disinilah keunggulan Indonesia. Indonesia bisa mempunyai pertumbuhan lebih besar dari waktu lalu mengubah struktur pertanian kita, menyediakan lapangan kerja lebih besar di industri, bahkan di hulu dan hilirnya. Dengan majunya agroindustri, maka pertanian Indonesia pun akan ikut maju (Saragih, 1997).

Agroindustri sebagai penggerak pembangunan sektor pertanian diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional. Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri lain. Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis (dan agroindustri) pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Agroindustri tidak hanya berkaitan dengan aktivitas pengolahan sederhana di tingkat petani, tetapi juga menyangkut keseluruhan kegiatan mulai dari penanganan pasca panen produk pertanian sampai pada tingkat pengolahan lanjutan dengan maksud untuk menambah nilai tambah (*added value*) dari produksi primer tersebut. Dengan demikian proses pengupasan, pembersihan, pengekstrasian, penggilingan, pembekuan, pengeringan, peningkatan mutu dan pengepakan/pengemasan hasil, masuk ke dalam lingkup aktivitas agroindustri (Soekartawi, 2000).

Kedudukan agroindustri dalam sistem agribisnis adalah salah satu subsistem 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 bisa dilepaskan dari pembangunan agribisnis secara keseluruhan. Pengembangan agroindustri akan dapat meningkatkan permintaan hasil pertanian, sehingga dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian dan pendapatan petani. Perkembangan sektor pertanian akan meningkatkan permintaan sektor agroindustri hulu, sektor pemasaran dan sektor penunjang (keuangan, asuransi, konsultasi, pendidikan, dan sebagainya) (Masyuri, 2000).

Santoso (1995), menyatakan bahwa pengembangan agroindustri sebaiknya diprioritaskan untuk mendorong agroindustri skala kecil dan menengah di pedesaan sebagai subsistem produksi sekaligus sebagai bagian dari pendekatan permintaan, sebab pada kenyataannya pembangunan pengembangan agroindustri jenis ini masih sangat diperlukan sampai batas waktu tidak tentu untuk memberikan kesempatan kerja sekaligus pemerataan pendapatan. Agroindustri di pedesaan disamping menyerap bahan baku, juga menjadi salah satu alternatif bagi peningkatan kesempatan kerja .

Implementasi agroindustri di pedesaan akan mendorong proses komersialisasi agribisnis di pedesaan tertentu. Fluktuasi harga produk primer yang lebih besar dibandingkan dengan produk olahan, cakupan pasar relatif dan terbatasnya peluang untuk berdiversifikasi akan membatasi ruang gerak dalam upaya untuk meningkatkan masyarakat pedesaan. Sebaliknya pengembangan agroindustri melalui produk olahan yang bernilai tambah akan menciptakan peluang kesempatan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

Menurut Syafi'i (2000), implementasi agroindustri di pedesaan merupakan pilihan yang tepat, karena :

1. Mendekatkan produsen primer dengan agroindustri, sehingga dapat meminimalkan biaya transportasi.
2. Menciptakan peluang dan kesempatan kerja baru di pedesaan.

3. Membentuk dan mendorong timbulnya nilai baru dalam keseluruhan rangkaian agribisnis.
4. Memberikan nilai tambah (*added value*) pada produk primer .

2.1.2 Klasifikasi Agroindustri

Berdasarkan kriteria penyerapan tenaga kerja, maka suatu usaha agroindustri diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 1. Klasifikasi Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No.	Skala industri	Jumlah tenaga kerja
1	Rumah tangga	1 – 4
2	Kecil	5 – 19
3	Sedang	20 – 99
4	Besar	≥ 100

Sumber : BPS, tahun 1993

Berdasarkan klasifikasi tersebut, antara tahun 1974 – 1993, proporsi jumlah usaha agroindustri rumahtangga berkisar antara 91,2% - 95,4% , skala kecil 4,1 % - 8,4%, skala sedang dan besar 0,4% - 0,8%. Secara keseluruhan antara tahun 1974 – 1993 tersebut jumlah perusahaan agroindustri meningkat 4,6% per tahun. Pertumbuhan agroindustri skala sedang dan besar relatif cepat, yaitu 5,4% pertahun. Namun demikian pertumbuhan diantara periode waktu dari masing-masing skala usaha menunjukkan pola yang berbeda. Agrindustri skala kecil dan rumah tangga cenderung fluktuasi, hal ini menunjukkan fleksibilitas dari skala perekonomian nasional dan kebijakan pemerintah (Rachmat, 1999).

Menurut Wirabrata (1999), Stratifikasi kelompok industri kecil dan menengah berbeda-beda sesuai dengan karakteristik dan permasalahannya serta kebijakan dan strategi yang berbeda untuk setiap strata, adalah sebagai berikut :

1. Industri kecil mikro adalah industri dengan karakteristik yang pada umumnya memiliki investasi kurang dari 5 juta rupiah, kemampuan pemasaran sampai tingkat kecamatan, teknologi manual, tenaga kerja antara 1-4 orang, bahan bakunya diperoleh dari daerah sekitarnya, belum menerapkan manajemen

usaha dan belum berbadan hukum, serta belum memanfaatkan jasa perbankan sebagai sumber permodalan.

2. Industri kecil madya adalah industri dengan karakteristik yang pada umumnya memiliki investasi antara 5 juta sampai dengan 200 juta rupiah, kemampuan pemasaran sampai tingkat propinsi dan propinsi sekitarnya, menggunakan teknologi dengan peralatan sederhana sampai madya, tenaga kerja antara 5-19 orang, bahan baku sebagian berasal dari luar daerah dan impor, telah menerapkan manajemen sederhana berbadan hukum dan telah ada yang memanfaatkan jasa perbankan sebagai sumber modal.
3. Industri kecil modern adalah industri dengan karakteristik yang pada umumnya investasi antara 200 juta sampai dengan 5 milyar rupiah, kemampuan pasar dalam negeri dan ekspor, menggunakan mesin peralatan modern, tenaga kerja antar 20 – 99 orang, bahan baku berasal dari dalam negeri dan impor, telah menerapkan manajemen usaha yang baik termasuk struktur organisasi dan memanfaatkan jasa perbankan sebagai sumber permodalan.

Sejarah menunjukkan bahwa industri kecil yang umumnya tumbuh dari pedesaan merupakan usaha rakyat yang penanganannya dilakukan secara tradisional dan bersifat turun-menurun pula, kenyataan tadi ditambah dengan berbagai keterbatasan, terutama lemahnya kemampuan sumberdaya manusia. Meskipun tampil dalam kondisi yang terbatas, keberadaan industri kecil dalam percaturan ekonomi nasional bukanlah tanpa perkembangan atau manfaat. Kenyataannya industri kecil terbukti banyak menampung tenaga kerja. Disisi lain, dalam upaya memacu pertumbuhan ekonomi, kelompok industri kecil juga memberikan andil yang besar (Herman, 1997).

Agroindustri khususnya industri rumah tangga di pedesaan dapat meningkatkan banyak hal antara lain : kesempatan kerja di pedesaan, nilai tambah, pendapatan petani, dan mutu hasil pertanian. Semua itu pada gilirannya mampu memenuhi syarat memasuki pasar luar negeri, ataupun dapat menghemat devisa karena menggantikan produk-produk yang semula diimpor. Hal yang paling penting adalah terjalinnya kaitan sektor, baik sektor dalam lingkungan

pertanian, industri, perdagangan dan sektor lainnya dalam ekonomi nasional (Sumodiningrat, 1998).

Industri kecil dan pedesaan biasanya tidak dipisahkan karena keduanya menunjuk pada hal yang sama. Industri pedesaan pada umumnya berupa industri kecil (*small industry*) dan industri rumahtangga. Industri kecil adalah industri yang diusahakan terutama untuk menambah pendapatan keluarga. Jadi berbeda dengan industri besar dan menengah di kota-kota, maka tujuan kebijaksanaan memajukan industri kecil bukanlah semata-mata peningkatan output atau nilai tambah sektor industri, tetapi lebih-lebih lagi membantu menciptakan kesempatan kerja yang sekaligus berarti membantu meningkatkan pendapatan bagi penduduk kelompok miskin di pedesaan (Mubyarto, 1987).

2.1.3 Tanaman Obat

Indonesia sebagai negara penghasil tanaman obat utama dunia dengan jumlah dan variasi yang cukup besar namun belum seluruhnya diketahui penggunaannya. Diantaranya, sekitar 940 spesies sudah diketahui berkhasiat obat tradisional. Tanaman obat yang berpotensi besar dalam perolehan devisa negara dan pendapatan pengusaha atau petani antara lain adalah jahe, kencur, temulawak, kunyit, lengkuas, cabe jawa, kemukus, sirih, kumis kucing, pule pandah, tempuyang dan touki. Tanaman tersebut cukup baik prospeknya terutama untuk bahan industri obat tradisional, bumbu keluarga, industri obat modern, minuman dan kosmetik (Sitepu, 1995).

Hillaludin (1992), menyatakan bahwa tanaman obat telah diketahui dan dimanfaatkan oleh masyarakat desa pada umumnya merupakan tanaman yang tidak dipelihara secara khusus di pekarangan atau di kebun yang dimiliki. Dalam memanfaatkan sumberdaya tanaman obat, masyarakat pedesaan hanya menggunakan untuk keperluannya sendiri (pengetahuan tentang khasiat obat yang diperoleh secara turun temurun). Bila terdapat anggota keluarga atau masyarakat yang sakit, dalam hal ini pemanfaatan oleh masyarakat desa hanya digunakan pada saat tertentu (seperti melahirkan) sehingga pemanfaatannya masih kecil dalam hal jumlah dan frekuensi pemakaian untuk mengobati berbagai penyakit.

Pemanfaatan lahan pekarangan untuk apotik hidup oleh keluarga petani atau masyarakat hendaknya benar-benar diketahui seperti tentang nilai-nilai dari tanaman yang bermanfaat bagi penyembuhan penyakit. Tanaman obat tersebut banyak dibutuhkan oleh industri obat-obatan. Oleh karena itu masyarakat pedesaan hendaknya mengembangkan atau mengusahakan tanaman tersebut, karena kegiatan tersebut sangat mudah dan memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi. Cara penggunaan sendiri produk-produk tanaman untuk pengobatan adalah mudah, demikian pula cara penjualannya dan perolehan dari hasil penjualan ini dapat dikatakan tinggi (Kartasapoetra, 1992).

Menurut Kartasapoetra (1992), penanaman dan pertumbuhan tanaman obat harus terpelihara dengan baik, ini disebabkan banyak pula tanaman-tanaman obat yang tumbuh secara liar sedangkan pengumpulan simplisa dari tanaman obat yang dibudidayakan dengan baik akan merupakan pengumpulan bahan-bahan obat yang terjamin kualitasnya. Untuk membudidayakan tanaman-tanaman obat dalam wujud apotik hidup atau menanamnya pada kebun-kebun yang khusus dengan pemeliharaan yang baik, pada dasarnya akan mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Agar tanaman tidak tercampur dengan tanaman lain yang akan menyulitkan pengambilan hasilnya sehingga simplisanya dapat dipisahkan dengan baik
2. Agar identitas tanaman yang mengandung zat-zat yang berkhasiat tinggi adalah tanaman yang benar dikehendaki.

Pengambilan simplisa atau bagian tanaman yang berkhasiat obat dari tanaman hendaknya dilakukan secara manual (dengan tangan). Jadi tidak perlu menggunakan mesin agar persyaratan-persyaratan simplisa yang dikehendaki dapat terpenuhi. Pengambilan hasil atau panen simplisa yang diperlukan bagi pembuatan obat (dari tanaman) adakalanya hanya terbatas pada daun, akar dan akar tinggal, kulit dari batang tanaman, bunga serta biji-bijinya.

Untuk memperoleh bahan tanaman yang baik pada tanaman obat jahe, bangle, kunyit, temulawak, kencur perlu dilakukan penyeleksian rimpang. Penyeleksian ini umumnya dilakukan dengan memperbanyak secara vegetatif dengan menggunakan stek rimpang (umbi), sehingga diperoleh hasil yang baik. Jenis bibit yang digunakan adalah klon tanaman obat seperti jahe, bangle, kunyit,

temulawak, kencur serta tanaman lain. Sedangkan yang dipilih adalah yang mempunyai potensi produksi rimpang segar. Bibit diambil dari tanaman obat yang sudah tua, dimana tajuk tanaman yang sudah mengering berumur sekitar 9-10 bulan (Mahdi, 1993).

2.2 Tinjauan Dasar Teori

2.2.1 Teori Efisiensi Biaya Produksi

Biaya agroindustri merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengadakan kegiatan usaha tersebut. Biaya kegiatan usaha biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

1. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap ini umumnya di definisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak ataupun sedikit. Jadi besarnya biaya tetap ini tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh.

2. Biaya variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah atau kuantitas barang (*output*) yang dihasilkan. Biaya variabel akan mengalami peningkatan sesuai dengan peningkatan produksi tiap unit baik dalam jangka pendek atau jangka panjang (Soekartawi, 1995).

Menurut Hernanto (1996), tingkat optimum output dapat pula ditentukan secara langsung dengan membandingkan *total revenue* (TR) dan *total cost* (TC) pada setiap tingkat produk yang dicapai. Profit dapat diperoleh bila TR lebih besar dibandingkan TC. Efisiensi biaya (R/C rasio) ini menunjukkan pendapatan kotor yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Ukuran kedudukan ekonomi tersebut penting karena dapat dijadikan penilaian terhadap keputusan pengusaha dan kemungkinan pengembangan agroindustri.

Untuk mengetahui efisien tidaknya biaya produksi yang dikeluarkan oleh agroindustri jamu, maka dapat di hitung menggunakan R/C rasio, yaitu dengan menghitung total penerimaan dibandingkan total biaya yang telah dikeluarkan.

2.2.2 Kontribusi Pendapatan

Analisis kontribusi pendapatan adalah suatu analisis yang membandingkan segala sesuatu yang diterima oleh seseorang setelah melakukan berbagai usaha yang dapat memberikan dampak masukan baik itu berupa nilai sumberdaya (benda) maupun berupa uang. Manfaat menghitung nilai kontribusi tersebut berguna sebagai dasar untuk mengetahui seberapa besar peranan usaha yang dikerjakan oleh seseorang terhadap pendapatan dan akhirnya dapat diandalkan untuk sumber penghasilan. Sumbangan usaha terhadap pendapatan dapat diketahui dengan menggunakan formulasi prosentase (Sutrisno, 1989).

2.2.3 Teori Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Mendasari pemasaran adalah konsep fundamental kebutuhan manusia, yang merupakan pernyataan dari pemasaran yang tersembunyi. Kebutuhan dasar dibentuk oleh budaya dan kepribadian menjadi keinginan manusia. Keinginan ini kalau didukung daya beli akan menjadi permintaan. Pemasar mengarahkan permintaan ini dengan menciptakan produk dan jasa yang tepat. Manajemen pemasaran adalah proses yang menjadi sarana pemasar mencapai tujuan organisasi mereka (Kotler dan Gray, 1997).

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung 2 (dua) faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat yakni:

1. Pasar target / sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan "sasaran" perusahaan.
2. Bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akan dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut (Anoraga dan Janti, 1996).

Menurut Swastha dan Irawan (1983), *marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni : produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud dalam definisi tersebut adalah termasuk keputusan-keputusan dalam empat variabel pokok dalam *marketing mix*, yaitu :

1. Produk

Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merknya, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya.

2. Harga

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, praktek saingan dan perubahan keinginan pasar.

3. Distribusi

Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi (tempat). Aspek tersebut adalah :

- a. Sistem transportasi perusahaan
- b. Sistem penyimpanan
- c. Pemilihan saluran distribusi

4. Promosi

Termasuk dalam kegiatan promosi, adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.

Promosi adalah unsur penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Sebagai suatu penawaran, promosi adalah upaya perusahaan untuk mempengaruhi para pelanggan agar mau membeli. Promosi meliputi unsur-unsur pemberian informasi dan mempengaruhi perilaku pelanggan. Tujuannya adalah untuk mempertinggi citra perusahaan atau meningkatkan penjualan produk.

2.2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Oportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi pada saat ini. Hal ini disebut analisis situasi. Model yang paling populer adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2002).

Menurut Anoraga dan Janti (1996), dalam upaya untuk mengetahui posisi organisasi dalam lingkungan sekaligus sebagai strategi menghadapi perubahan yang terjadi dalam lingkungan, dilakukan identifikasi dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari organisasi yang bersangkutan. Identifikasi ini didasarkan pada 2 (dua) kriteria utama, dimana setiap kriteria juga mempunyai sub-sub kriterianya sendiri-sendiri. Kedua kriteria utama tersebut ialah :

1. Pengaruh positif, yaitu pengaruh yang dapat mendukung (secara positif) perkembangan organisasi agar sesuai dengan arah/ sasaran organisasi. Pengaruh ini dapat datang dari luar dan dalam perusahaan, pengaruh tersebut adalah :
 - a. Sisi peluang (*Opportunity*) yaitu lingkungan di luar (eksternal) yang merupakan keuntungan bagi organisasi, lingkungan tersebut diidentifikasi sebagai *Remote Environment* yang meliputi : politik, ekonomi, sosial, budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi.
 - b. Sisi kekuatan (*Strength*) adalah lingkungan di dalam usaha yang sangat mendukung berkembangnya organisasi, didalam kriteria ini diidentifikasi dengan pendekatan fungsional.
2. Pengaruh negatif, ialah pengaruh yang menghambat perkembangan organisasi (memberikan dampak negatif) dalam mencapai arah/ sasaran organisasi. Pengaruh ini juga ada yang datang dari luar maupun dari dalam, yaitu :

- a. Sisi ancaman (*Threat*) merupakan lingkungan eksternal yang akan menghambat kemampuan organisasi dalam mengembangkan usahanya.
- b. Sisi kelemahan (*Weaknesses*), yaitu lingkungan didalam usaha/perusahaan yang dirasakan akan menghambat perkembangan organisasi. Pendekatan yang digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan sama seperti pada kriteria kekuatan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Agroindustri merupakan suatu kegiatan industri yang memanfaatkan produk primer hasil pertanian sebagai bahan baku untuk diolah sedemikian rupa sehingga menjadi produk baru, baik bersifat setengah jadi maupun final yang dapat segera dikonsumsi. Dalam rangkaian proses ini transformasi dari bentuk hasil pertanian yang masih bersifat bahan mentah menjadi produk yang memiliki nilai tambah (Aziz, 1993).

Menurut Napitupulu (2000), posisi sektor agroindustri dapat sebagai pemacu upaya akselerasi pertumbuhan pertanian khususnya dan perekonomian pada umumnya didasarkan pada pemikiran, yaitu :

1. Memilih saling keterkaitan yang cukup besar baik ke hulu maupun ke hilir dengan pemanfaatan bahan baku yang dihasilkan oleh sistem budidaya pertanian serta mendorong bertumbuhnya kegiatan industri lain yang menggunakan produk-produk agroindustri
2. Kegiatan agroindustri pada dasarnya bertumpu pada *domestik resource base* dengan input yang umumnya bersifat *renewable* yang lebih menjamin sistem mobilitasnya sehingga cenderung memiliki ketahanan yang besar untuk bertumbuh karena memiliki keunggulan komparatif maupun kompetitif.

Pengembangan agroindustri sebaiknya diprioritaskan untuk mendorong mengembangkan agroindustri kecil dan menengah di pedesaan sebagai subsistem produksi sekaligus sebagai bagian dari pendekatan permintaan. Hal ini merupakan alternatif terutama untuk mengatasi masalah peningkatan pendapatan dan kesejahteraan pedesaan yang selama ini tertinggal karena kegiatan ekonomi desa lebih banyak bertumpu pada kegiatan usahatani. Dengan demikian pengembangan

agroindustri pedesaan tersebut dapat menjadi fase transisi menuju transformasi struktural ke industri yang sebenarnya secara bertahap.

Pengembangan agroindustri umumnya tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan banyak variabel lain yang mempengaruhinya, antara lain :

1. Ekonomi, yaitu bagaimana respon masyarakat terhadap permintaan barang
2. Sosial, yaitu bagaimana sikap masyarakat, apakah beresponden positif terhadap agroindustri tersebut
3. Teknologi, yaitu apakah teknologi tersedia dan apakah dapat dilaksanakan oleh tenaga kerja setempat
4. Peraturan, yaitu apakah peraturan pemerintah mendukung pada kegiatan agroindustri itu
5. Persaingan, yaitu apakah ada persaingan, dan apabila ada sampai seberapa besar persaingan tersebut.

Untuk itu semua maka munculnya agroindustri sangat tergantung pada kelima hal tersebut. Dengan demikian maka pengusaha tentu akan melakukan penyesuaian yang selaras dengan struktur perusahaannya, iklim pasar, sistem dan prosedur yang berlaku dan tersedianya sumberdaya yang ada (Soekartawi, 1996).

Pengkajian yang selama ini dilakukan menunjukkan bahwa perkembangan agroindustri memberikan gambaran akan banyaknya peluang kegiatan bisnis industri pertanian (agroindustri) dan pembangunan pedesaan. Maka ciri industri pertanian yang didorong adalah perkembangan dan pertumbuhan spesialisasi usaha pengolahan pada setiap mata rantai kegiatan agribisnis dan diversifikasi pengolahan yang menimbulkan peningkatan nilai tambah industri dengan keterkaitan serta perluasan bidang usaha dan lapangan kerja (Syarief, 1991).

Jamu merupakan produk herbal yang memanfaatkan tumbuhan asli Indonesia. Penggunaannya untuk perawatan kesehatan ataupun untuk kecantikan telah diakui oleh masyarakat sejak beberapa abad yang lalu. Penggunaan jamu selain dimaksudkan untuk tujuan pemeliharaan dan peningkatan keindahan tubuh selama ini telah digunakan masyarakat dalam upaya menjaga kesehatan dan pengobatan. Walaupun baru sebagian saja tanaman obat yang telah dibuktikan khasiat kegunaannya, tetapi dari pengalaman penggunaan yang telah turun

temurun telah banyak bukti khasiat kegunaannya. Jamu yang dikenal sebagai obat tradisional asli Indonesia, pada awalnya dibuat oleh nenek moyang dalam skala rumah tangga dan terutama sekali untuk perawatan kesehatan para bangsawan dikalangan keraton. Meskipun jamu diwariskan secara turun temurun, perkembangan industri jamu yang memanfaatkan bahan baku alam, terutama tanaman obat, sekarang sudah tampak. Banyak bermunculan industri jamu berskala kecil hingga besar.

Pengusaha agroindustri jamu dalam melaksanakan usahanya selalu memperhitungkan besarnya biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterimanya. Untuk mengetahui kelayakan usaha agroindustri jamu digunakan indikator R/C rasio. R/C rasio merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang digunakan untuk melakukan usaha tersebut. Dalam penelitian sebelumnya pada agroindustri jamu Nikisari didapat nilai R/C rasio pada tahun 2002 sebesar 1,53 dengan total penerimaan sebesar Rp 539.916.500 dan total biaya sebesar Rp 351.876.550. Sehingga nilai R/C rasio lebih dari satu, berarti biaya produksi agroindustri jamu Nikisari adalah efisien (Alfianto, 2003).

Tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri jamu menggunakan analisis R/C rasio (*revenue cost ratio*), yang merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya produksi. Menurut Hernanto (1996), keputusan tentang usaha yang efisien diberikan apabila nilai R/C rasio lebih besar dari satu dan jika R/C rasio kurang atau sama dengan satu, maka biaya usaha yang digunakan tidak efisien.

Agroindustri jamu tradisional Parang Husada merupakan agroindustri yang memproduksi jamu antara lain jamu instan dan jamu kering siap rebus. Produk jamu tersebut merupakan hasil pengolahan tanaman obat yang harganya relatif murah dengan menggunakan perlengkapan produksi yang sederhana, sehingga dapat menghasilkan produk jamu yang berkhasiat. Kegiatan agroindustri jamu Parang Husada diduga sudah efisien. Hal ini dapat dilihat dari pendapatan yang diterima oleh pengusaha lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

Untuk mengetahui kontribusi pendapatan dilakukan pendekatan terhadap rumah tangga pengusaha jamu yang meliputi dua komponen, yaitu:

1. Pendapatan atau penghasilan keluarga adalah penghasilan bersih dari agroindustri jamu ditambah dengan pendapatan keluarga yang berasal dari luar agroindustri jamu seperti upah dalam bentuk uang atau benda.
2. Pengeluaran adalah total pengeluaran rumah tangga baik yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun untuk kebutuhan lainnya.

Menurut Widjajanto (1987), salah satu indikator untuk mengetahui sejauh mana usaha di bidang pertanian atau non pertanian mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga adalah dengan melihat kontribusinya terhadap pendapatan keluarga. Jika dilihat dari kontinuitas bekerja, maka bagi mereka yang bekerja di sektor industri kecil akan lebih tinggi pendapatannya dibandingkan mereka yang bekerja disektor pertanian. Berdasarkan kondisi tersebut dapat dikatakan bahwa kontribusi pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional diduga tinggi terhadap pendapatan keluarga.

Pemasaran didefinisikan sebagai proses sosial yang melibatkan individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan cara menciptakan dan mempertukarkan barang dan jasa yang mereka buat dengan barang dan jasa dari individu atau kelompok lain (Kotler, 1990).

Pada dasarnya, tujuan perusahaan yang menganut konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dan masyarakat lain dalam pertukarannya untuk mendapatkan laba atau perbandingan antara penghasilan dan biaya yang menguntungkan. Ini berarti konsep pemasaran mengajarkan bahwa perumusan strategi pemasaran, sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut, harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Agroindustri Parang Husada diduga mempunyai potensi pengembangan pemasaran yang bagus. Hal ini dapat dilihat dari pemasaran yang telah dilakukan oleh Parang Husada sudah bisa sampai ke luar Pulau Jawa.

Suatu strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pemasaran pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran terpadu (4 P dari *marketing mix* yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*) yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak perusahaan dan

perubahan-perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumen. Jadi, penyusunan strategi pemasaran menyangkut proses interaksi antara kekuatan pemasaran di dalam perusahaan dan keadaan di luar perusahaan. Bila tujuan pemasaran menguraikan tempat yang akan dituju maka strategi pemasaran merupakan rute yang harus dilalui untuk mencapai tempat tersebut, dan rencana atau taktik menentukan kendaraan yang akan dipergunakan untuk mencapai tempat itu melalui rute yang telah dipilih (Swastha dan Hani,1982). Untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada, maka digunakan bauran pemasaran. Yaitu dengan mengetahui strategi produk, harga, distribusi dan promosi yang telah dilakukan.

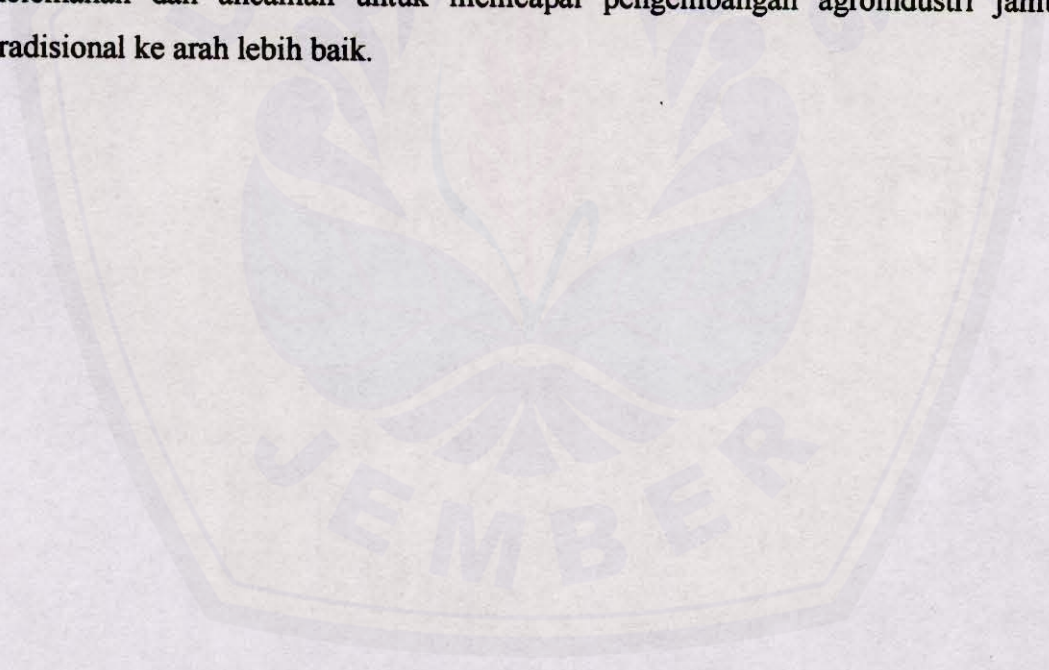
Pengembangan agroindustri tanaman obat di Indonesia memiliki prospek yang baik. Faktor yang mendukung pengembangan agroindustri tanaman obat tersebut diantaranya besarnya potensi kekayaan sumberdaya alam Indonesia sehingga sumber bahan baku simplisa dapat diformulasikan menjadi obat tradisional. Keikutsertaan segenap lapisan masyarakat petani tanaman obat, penjual, pemakai maupun masyarakat lain yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan tanaman obat atau pengobatan tradisional juga sangat mendukung pengembangan agroindustri tanaman obat.

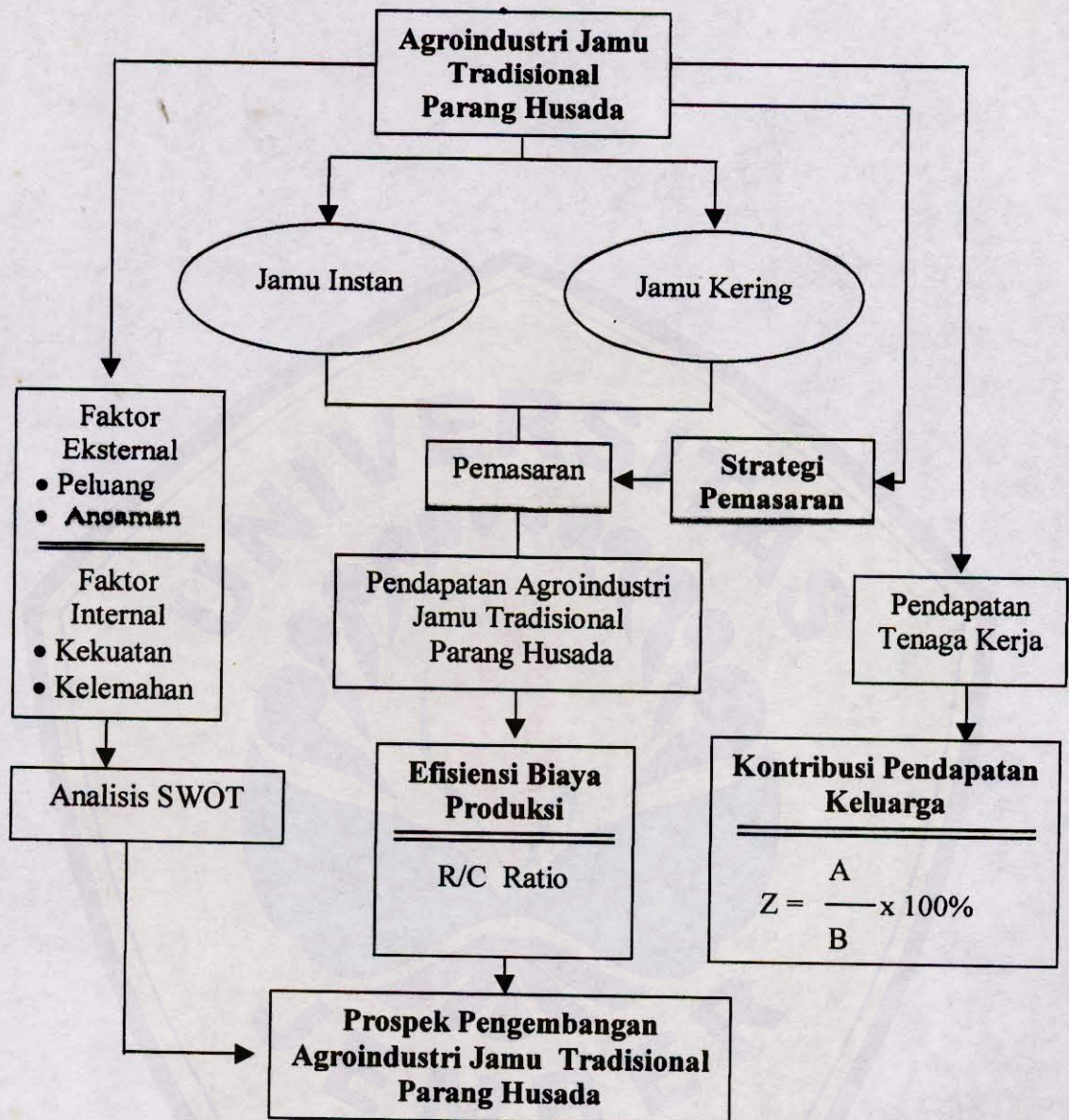
Menurut Tim Penulis Martha Tilaar (2002), beberapa peluang yang bisa mewujudkan keberhasilan agribisnis tanaman obat dan kosmetika dari Indonesia antara lain sebagai berikut :

1. Sejak terjadinya krisis, posisi obat tradisional yang berbahan baku nabati mulai bisa sejajar dengan obat-obatan modern di pasaran karena harganya relatif murah;
2. Tren kembali ke alam di negara-negara maju seperti Eropa dan Amerika semakin mempopulerkan pengobatan dan perawatan kesehatan secara natural sehingga meningkatkan permintaan dunia terhadap bahan baku nabati;
3. Untuk mengantisipasi tingginya permintaan bahan baku nabati oleh negara-negara penghasil produk herbal seperti Cina dan India, maka Indonesia adalah negara yang cocok untuk pengembangan budidaya tanaman obat;

4. Beberapa jenis tanaman tropis yang berkhasiat obat dan banyak digunakan untuk perawatan natural hanya bisa tumbuh di daerah tropis Indonesia.

Kompetisi pada agroindustri obat diperlukan agar agroindustri tersebut merasa tertantang untuk maju. Untuk itu agroindustri jamu perlu memperhatikan lingkungan usaha yang ada agar agroindustri tersebut berkembang menjadi lebih baik. Lingkungan tersebut terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal mencakup kekuatan (*Strength*) yang dimiliki dan kelemahan (*Weakness*) yang dihadapi. Lingkungan eksternal mencakup peluang (*Opportunity*) yang seharusnya diraih dan ancaman (*Threat*) yang mungkin berpengaruh terhadap masa depan agroindustri jamu. Agroindustri jamu harus dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang secara maksimal dan meminimalkan kelemahan dan ancaman untuk mencapai pengembangan agroindustri jamu tradisional ke arah lebih baik.





Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

1. Penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada adalah efisien.
2. Kontribusi pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional terhadap pendapatan keluarga adalah tinggi.
3. Prospek pengembangan agroindustri jamu tradisional Parang Husada adalah baik.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja atau *Purposive Sampling Method*. Penelitian ini dilakukan pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada yang berlokasi di Dusun Purut Desa Parang Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri. Pertimbangan pemilihan lokasi tersebut adalah karena Parang Husada merupakan salah satu produsen jamu tradisional yang berpotensi di Kabupaten Kediri. Penelitian ini dilakukan mulai bulan September 2003 sampai dengan bulan Pebruari 2004.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena untuk mendapat kebenaran. Metode analitik merupakan kelanjutan dari metode deskriptif yang berfungsi untuk menganalisa dan menghitung secara cermat dan teliti terhadap fakta/data (Nazir, 1999).

3.3 Metode Pengambilan Contoh

Metode pengambilan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling* atau pengambilan contoh secara total dari keseluruhan populasi yang ada. Jumlah populasi yang ada sebanyak 24 orang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari pengamatan langsung dan hasil wawancara berdasarkan kuisioner dengan tenaga kerja dan pengusaha jamu tradisional.
2. Data sekunder, yaitu data yang tertulis yang diperoleh dari agroindustri jamu tradisional dan instansi-instansi lain yang terkait dengan penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data

1. Untuk menguji hipotesis pertama tentang efisiensi biaya produksi pada agroindustri jamu tradisional, menurut Soekartawi (1995), digunakan rumus sebagai berikut :

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

$$TR = X \cdot P_x$$

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

TR = *Total Revenue* / Total Penerimaan (Rp)

TC = *Total Cost* / Total Biaya (Rp)

FC = *Fixed Cost* / Biaya Tetap

VC = *Variabel Cost* / Biaya variabel

X = Jumlah produksi jamu yang terjual (bungkus)

P_x = Harga Jamu (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. R/C rasio > 1 , maka penggunaan biaya produksi agroindustri jamu efisien.
 - b. R/C rasio ≤ 1 , maka penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu tidak efisien.
2. Untuk menguji hipotesis kedua tentang kontribusi pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu terhadap pendapatan keluarga, digunakan analisis statistik (Atmaja, 1997):

$$\% \text{ Bagian} = \frac{\text{Bagian}}{\text{Total}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

% Kontribusi pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu = Z

$$Z = \frac{\text{Total pendapatan tenaga kerja pada agroindustri jamu}}{\text{Total pendapatan keluarga}} \times 100\%$$

Pendapatan \approx pengeluaran

Menurut Miles dan Huberman (1992), kriteria pengambilan keputusan :

- a. Jika $Z < 35\%$, maka kontribusi pendapatan tenaga kerja terhadap pendapatan keluarga adalah rendah.
 - b. Jika Z antara $35\% \leq Z \leq 70\%$, maka kontribusi pendapatan tenaga kerja terhadap pendapatan keluarga adalah sedang.
 - c. Jika $Z > 70\%$, maka kontribusi pendapatan tenaga kerja terhadap pendapatan keluarga adalah tinggi.
3. Untuk menjawab permasalahan ketiga tidak digunakan uji hipotesis, melainkan akan dijelaskan secara deskriptif dengan melihat *marketing mix* yang telah dilakukan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada, yang meliputi strategi produk, harga, distribusi dan promosi.
 4. Untuk menguji hipotesis keempat tentang prospek usaha agroindustri jamu tradisional Parang Husada di masa yang akan datang, digunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Theats*). Menurut Rangkuti (2002), analisis SWOT terdiri dari identifikasi dan analisis faktor strategi eksternal dan internal. Setelah faktor strategi eksternal dan internal diidentifikasi, maka selanjutnya disusun tabel EFAS (*External Factors Analisis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka peluang dan ancaman suatu usaha. Sedangkan tabel IFAS (*Internal Factors Analisis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan suatu usaha.

Penentuan bobot masing-masing faktor internal dan eksternal berdasarkan :

- a. Observasi dan informasi agroindustri jamu tradisional
- b. Jumlah faktor-faktor tersebut dibagi dengan 1.0, sebagai nilai kisaran bobot
- c. Pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi satrategis suatu usaha, dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting)
- d. Semua bobot baik pada EFAS maupun IFAS jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.0.

Penentuan ranting masing-masing faktor berdasarkan :

- a. Rating untuk masing-masing faktor mulai dari skala 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha.
- b. Penentuan rating disesuaikan dengan nominal jawaban responden.

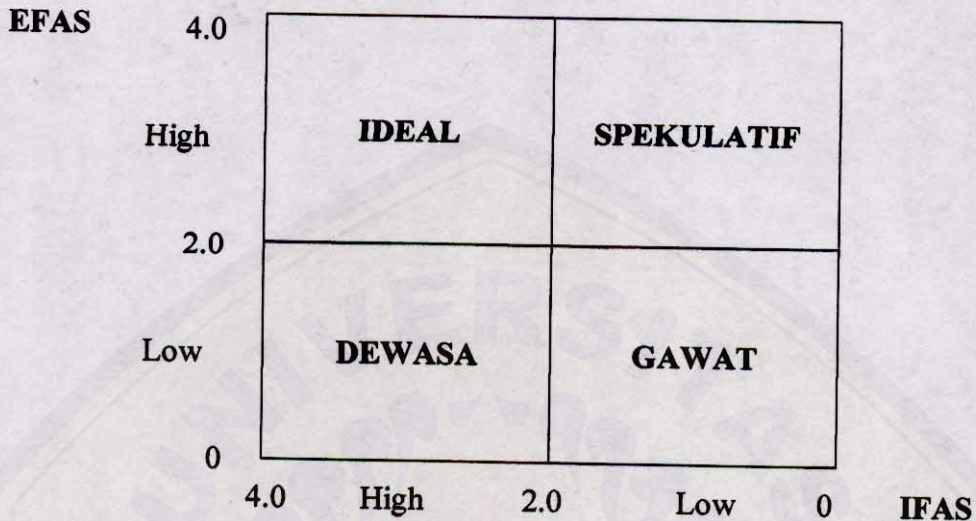
Tabel 2. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai (Bobot x Rating)	Fenomena
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
Ancaman (<i>Threat</i>)				
Total				

Tabel 3. Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai (Bobot x Rating)	Fenomena
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
Total				

Untuk menentukan strategi yang terbaik pada suatu usaha, ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut :



Gambar. 2 Matrik Kompetitif Relatif

Keterangan :

1. Pada skala EFAS 2.0 – 4.0 dan IFAS 2.0 – 4.0 : IDEAL
Ideal : daerah dimana perusahaan memiliki peluang pasar yang prospektif, dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya;
2. Pada skala EFAS 2.0 – 4.0 dan IFAS 0 – 2.0 : SPEKULATIF
Spekulatif : daerah dimana perusahaan memiliki peluang pasar yang prospektif, namun tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya;
3. Pada skala EFAS 0 – 2.0 dan IFAS 2.0 – 4.0 : DEWASA
Dewasa : daerah dimana perusahaan cukup kuat memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, namun peluang pasar sangat mengancam;
4. Pada skala EFAS 0 – 2.0 dan IFAS 0 – 2.0 : GAWAT
Gawat : daerah dimana perusahaan tidak memiliki peluang pasar dan tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.

Kemudian untuk melihat strategi yang diterapkan perusahaan digunakan Matrik Internal Eksternal sebagai berikut (Rangkuti, 2002) :

TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI INTERNAL

		TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI INTERNAL			
		KUAT	RATA-RATA	LEMAH	
TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL		4.0	3.0	2.0	1.0
		TINGGI	I	II	III
MENENGAH	IV	V	VI		
RENDAH	VII	VIII	IX		
	3.0				
	2.0				
	1.0				

Gambar 3. Matrik Internal Eksternal

Keterangan :

1. Daerah I (Pertumbuhan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal.
2. Daerah II (Pertumbuhan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal.
3. Daerah III (Penciutan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi *turnaround*.
4. Daerah IV (Stabilitas), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi stabilitas.
5. Daerah V (Pertumbuhan atau Stabilitas), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan terhadap laba).
6. Daerah VI (Penciutan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi divestasi.

7. Daerah VII (Pertumbuhan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi diversifikasi konsentrik.
8. Daerah VIII (Pertumbuhan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui diversifikasi konglomerat.
9. Daerah IX (Likuidasi), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi likuidasi atau bangkrut.

Selanjutnya adalah penentuan alternatif strategi dengan menggunakan matrik SWOT. Berdasarkan matrik SWOT nantinya dapat disusun empat strategi utama yaitu S-O, W-O, S-T, dan W-T yang ditunjukkan pada gambar 4 sebagai berikut:

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT

Gambar 4. Matrik SWOT

3.6 Terminologi

1. Agroindustri jamu adalah suatu kegiatan yang memanfaatkan tanaman obat (produk usahatani) sebagai bahan baku untuk diolah menjadi jamu tradisional.
2. Responden adalah tenaga kerja pada agroindustri jamu Parang Husada.
3. Simplisa adalah bahan yang telah dikeringkan dan belum mengalami pengolahan apapun. Simplisa tersebut berasal dari akar, daun, bunga biji, buah dan kulit.
4. Penerimaan adalah perkalian antara produksi jamu tradisional dengan harga jual jamu tersebut (Rp).
5. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi dalam perusahaan jamu tradisional (Rp).

6. Produksi adalah seluruh hasil produksi jamu yang diperoleh selama satu bulan yang dinyatakan dalam satuan bungkus.
7. Harga jual adalah tingkat harga yang diterima oleh pengusaha jamu dalam menjual jamu yang dinyatakan dalam rupiah (Rp/bungkus).
8. Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, baik berupa biaya tetap ataupun biaya variabel.
9. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung dari besar kecilnya produksi.
10. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya tergantung dari besar kecilnya produksi.
11. Analisis ekonomi adalah kegiatan mempelajari dan menganalisis secara lebih mendalam terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah efisiensi biaya dan pendapatan pada agroindustri jamu tradisional.
12. Efisiensi biaya adalah perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya produksi dalam perusahaan jamu tradisional.
13. Kontribusi pendapatan adalah segala sesuatu yang diterima oleh seseorang tenaga kerja agroindustri jamu Parang Husada untuk memenuhi kebutuhan hidup.
14. Prospek adalah gambaran mengenai kondisi usaha jamu tradisional Parang Husada di Dusun Purut Kabupaten Kediri di masa mendatang.
15. Analisa SWOT merupakan suatu strategi yang efektif memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman dalam perusahaan jamu tradisional.
16. EFAS (*External Factor Analysis Summary*) adalah identifikasi faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam usaha jamu tradisional.
17. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah identifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam usaha jamu tradisional.
18. Bobot adalah nilai yang diberikan pada setiap kriteria/item yang diteliti dengan skor 0,0 sampai 1,0.
19. Ranting adalah nilai pengaruh yang diberikan pada setiap kriteria/item yang diteliti dengan skor 1 – 4.

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Efisiensi Biaya Produksi Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada

Efisien tidaknya suatu biaya dapat diketahui dengan membandingkan jumlah penerimaan dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Penerimaan dipengaruhi oleh jumlah produksi total dan harga jual produk. Upaya yang harus dilakukan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada untuk meningkatkan efisiensi penggunaan biaya adalah dengan meningkatkan penerimaan dan menekan biaya yang dikeluarkan. Untuk mengetahui efisiensi biaya produksi yang digunakan pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada digunakan analisis R/C rasio, yaitu perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang digunakan untuk melakukan usaha tersebut.

Efisiensi penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Efisiensi Penggunaan Biaya Produksi Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada periode 1998 – 2002

Tahun	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	R/C rasio
1998	141.000.000	236.941.500	0,59508
1999	258.000.000	224.081.350	1,15137
2000	450.000.000	307.636.400	1,46277
2001	752.500.000	414.043.750	1,81744
2002	395.000.000	240.841.500	1,64008
Jumlah	1.996.500.000	1.423.544.500	
Rata-rata	399.300.000	284.708.900	1,33335

Sumber : Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Kediri, diolah tahun 2003

Berdasarkan hasil analisis penggunaan biaya produksi pada agroindustri Parang Husada nampak bahwa rata-rata nilai R/C ratio lebih besar dari 1 yaitu 1,33335. Nilai ini menunjukkan bahwa agroindustri jamu tradisional Parang

Husada sudah efisien dalam menggunakan biaya produksi, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima. Nilai sebesar 1,33335 berarti setiap pengeluaran sebesar Rp 1000 akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1333,35 atau 1,33335 kali lipat dari biaya yang dikeluarkan.

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai R/C ratio pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada dari tahun ke tahun mengalami perubahan. Perubahan ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya efisiensi biaya yang ada tidak sama. Pada tahun 1999 sampai dengan tahun 2001 tingkat efisiensi biaya mengalami peningkatan, hal ini disebabkan pihak agroindustri mulai mengendalikan dan mengefisienkan biaya produksi yang dikeluarkan. Hal lain yang juga mempengaruhi meningkatnya efisiensi biaya pada tahun tersebut adalah kenaikan permintaan akan jamu dan harga bahan baku untuk produksi tidak mengalami kenaikan yang besar, sedangkan harga jual produk meningkat. Dengan demikian penerimaan yang diterima agroindustri tersebut juga meningkat.

Nilai R/C rasio pada tahun 1999-2002 lebih dari 1, hal ini menunjukkan bahwa mulai tahun 1999-2002 biaya produksi yang dikeluarkan oleh agroindustri jamu Parang Husada sudah efisien. Nilai R/C rasio terbesar adalah pada tahun 2001 yaitu sebesar 1,81744 yang artinya bahwa setiap pengeluaran sebesar Rp 1000 akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1817,44. Tahun 2001 biaya produksi yang dikeluarkan paling efisien. Hal ini disebabkan karena total penerimaan yang diperoleh lebih besar dari total biaya yang dikeluarkan. Pada tahun 2001 jumlah produksi mengalami peningkatan. Untuk jamu kering mengalami peningkatan produksi sebesar 33,33%, sedangkan untuk jamu instan sebesar 8,3%. Harga jual pada tahun 2001 juga mengalami peningkatan. Untuk jamu kering yang pada awalnya mempunyai harga jual sebesar Rp 600 menjadi Rp 750, sedangkan jamu instan yang pada awalnya sebesar Rp 3000 menjadi Rp 5000.

Pada tahun 1998 nilai R/C rasio kurang dari 1 yang menunjukkan bahwa agroindustri tersebut belum efisien dalam penggunaan biaya produksi. Nilai R/C rasio pada tahun 1998 sebesar 0,59508 yang berarti bahwa setiap pengeluaran sebesar Rp 1000 akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 595,08. Biaya produksi

pada tahun 1998 tidak efisien, hal ini disebabkan karena agroindustri Parang Husada mulai berdiri sehingga masih perlu melakukan perbaikan. Sedangkan jumlah produksi masih terbatas dan harga jual masih rendah, sehingga total penerimaan yang diperoleh lebih kecil dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan.

Pada tahun 2002 tingkat efisiensi biaya mengalami penurunan menjadi 1,64008, hal ini disebabkan karena penerimaan yang diperoleh agroindustri mengalami penurunan yang dipengaruhi oleh pengurangan jumlah produksi yang disengaja oleh perusahaan karena adanya perbaikan manajemen. Namun demikian tidak berpengaruh terhadap konsumen jamu. Untuk produksi tahun berikutnya akan ada peningkatan lagi seperti tahun sebelumnya.

5.2 Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Agroindustri Jamu Tradisional Terhadap Pendapatan Keluarga

Pendapatan keluarga tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional terdiri dari pendapatan tenaga kerja itu sendiri dan pendapatan anggota keluarga yang ikut bekerja dan hidup dalam satu rumah. Kontribusi pendapatan tenaga kerja dari agroindustri jamu tradisional Parang Husada merupakan sumbangan pendapatan tenaga kerja dari usaha agroindustri jamu terhadap pendapatan keluarga yang didekatkan dengan membandingkan pendapatan dari agroindustri tersebut dengan pendapatan total keluarga. Nilai sumbangan tersebut berguna sebagai dasar untuk mengetahui seberapa besar peranan agroindustri jamu dalam memberikan masukan terhadap keluarga tenaga kerja.

Dalam analisis ini digunakan pendekatan pengeluaran rumah tangga. Dengan mengetahui pengeluaran rumah tangga, maka dapat dilihat seberapa besar pendapatan yang diperoleh dari agroindustri jamu untuk dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga tenaga kerja tersebut. Usaha agroindustri jamu tradisional Parang Husada sangat membantu bagi masyarakat sekitar dalam penyediaan lapangan kerja. Namun demikian pekerjaan tersebut sebagian besar bukan menjadi pekerjaan utama dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai rata-rata kontribusi agroindustri jamu Tradisional Parang Husada terhadap pendapatan keluarga dapat dilihat pada Tabel 8 :

Tabel 8. Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Terhadap Pendapatan Keluarga

Sumber Pendapatan	Rata-rata Pendapatan (Rp/bln)	Kontribusi (%)
Pendapatan tenaga kerja	267208,46	30,44
Pendapatan keluarga	901583,33	

Sumber : Lampiran 5, diolah tahun 2003

Berdasarkan hasil analisis yang dapat dilihat pada Tabel 8 dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi pendapatan tenaga kerja yang bekerja pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada terhadap pendapatan keluarga secara keseluruhan dengan menggunakan satuan presentase sebesar 30,44%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pendapatan tenaga kerja agroindustri jamu terhadap pendapatan keluarga adalah rendah. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kontribusi agroindustri terhadap pendapatan keluarga adalah tinggi, ditolak.

Hal yang menyebabkan rendahnya kontribusi pendapatan tenaga kerja yang bekerja pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada terhadap pendapatan keluarga adalah karena rata-rata pendapatan dari anggota keluarga lainnya lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh dari agroindustri jamu tradisional Parang Husada. Anggota keluarga lain yang bekerja dan berada dalam satu rumah juga berpengaruh terhadap kontribusi pendapatan tenaga kerja. Mereka bekerja sebagai pedagang, yaitu memasarkan jamu yang dihasilkan Parang Husada atau sebagai agen di luar kota sebanyak 66,7%. Selain itu ada juga yang berkerja di bidang pertanian, baik sebagai buruh tani (12,5%) maupun petani pemilik (20,83%). Luas lahan yang mereka miliki berkisar antara 0,25 – 1 hektar. Pendapatan yang mereka peroleh perbulan dari lahan pertanian antara Rp 100.000 – Rp 200.000. Sedangkan untuk buruh tani, upah yang

diberikan perhari Rp 10.000. Pendapatan yang diperoleh dari berdagang rata-rata Rp 500.000.

Sebagian besar tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional adalah wanita, sehingga pekerjaan di agroindustri jamu tersebut hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan. Sedangkan pekerjaan utama mereka adalah membantu suami dalam mengolah lahan pertanian dan berdagang. Selain itu mereka juga berdagang tanaman obat yang dihasilkan dari ladang. Hal lain yang menyebabkan kontribusi tenaga kerja rendah adalah kontinuitas kerja. Tenaga kerja yang ada tidak setiap hari bekerja, mereka bekerja 5 hari dalam satu minggu. Mereka bekerja secara bergiliran, tergantung dari jumlah produksi. Apabila agroindustri menerima pesanan dalam jumlah besar, mereka akan kerja lembur, dan apabila diperlukan maka akan ada penambahan tenaga kerja.

Sistem pengupahan yang dilakukan pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada adalah sistem borongan, yaitu dengan cara menghitung produktivitas tenaga tersebut dalam menghasilkan barang. Upah yang diberikan adalah sebesar Rp 3000 per 100 bungkus untuk jamu kering. Sedangkan untuk jamu instan, upah yang diberikan adalah sebesar Rp 3500 per masak. Sekali masak mereka menghasilkan 3 kg jamu instan. Upah untuk pemilihan bahan baku adalah Rp 15.000/hari. Untuk perajangan sebesar Rp 6000/Kw. Sedangkan untuk pembungkusan mrico bolong kedalam plastik kecil diberikan upah Rp 200/bungkus. Untuk melipat kertas mendapat upah Rp 300/lipatan kertas.

5.3 Strategi Pemasaran Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada

5.3.1 Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Untuk meningkatkan pemasaran suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan, maka diperlukan strategi pemasaran agar barang atau jasa yang diproduksi tersebut dapat diterima oleh konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan oleh suatu perusahaan adalah strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yaitu dengan melihat strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi. Strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh pihak Parang Husada dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Strategi Bauran Pemasaran Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada

Aspek Kajian	Uraian
Strategi Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pemasaran bagus 2. Diversifikasi merk 3. Rencana perbaikan kemasan
Strategi Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penentuan harga pokok 2. Diskon untuk pembelian dalam partai besar
Strategi Distribusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki agen yang tersebar di beberapa kota di Pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan dan Bali 2. Menggunakan 2 macam saluran pemasaran
Strategi Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan promosi masih dilakukan dengan mengikuti pameran baik yang diadakan oleh pemerintah maupun swasta 2. Promosi melalui media massa masih belum dilakukan karena biaya yang diperlukan tinggi

Sumber : Hasil Pembahasan, tahun 2003

Penjelasan mengenai masing-masing strategi bauran pemasaran pada agroindustri jamu Parang Husada dapat dikemukakan sebagai berikut:

A. Strategi Produk

Agroindustri jamu tradisional Parang Husada mempunyai potensi pengembangan pemasaran yang bagus. Hal ini didukung dengan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat yang berupa pergeseran dari penggunaan obat-obatan kimia berpindah pada pengobatan alternatif (tradisional) yang menjadikan produk jamu sebagai alternatif pengganti obat-obatan kimia. Selain itu juga seiring dengan adanya gerakan kembali ke alam "*back to nature*" yang menambah kepercayaan masyarakat terhadap produk jamu.

Dalam upaya untuk meningkatkan peluang pasar, maka agroindustri jamu tradisional Parang Husada melakukan strategi produk dengan cara memproduksi beberapa jamu dengan menggunakan merk yang berbeda. Merk jamu yang sudah dilempar ke pasar antara lain jamu Gunung Wilis, Gatotkoco dan Jamu Bersalin.

Sedangkan untuk jamu instan menggunakan merk Parang Husada. Dengan adanya berbagai merk tersebut diharapkan konsumen lebih tertarik terhadap produk jamu tersebut sesuai dengan namanya. Kepercayaan masyarakat terhadap nama merk produk juga dapat mempengaruhi pemasaran produk jamu.

Untuk kemasan produk masih perlu adanya perbaikan. Pihak agroindustri Jamu Parang Husada belum mempunyai rencana jangka pendek untuk memperbaiki kemasan produk yang telah ada. Hal ini disebabkan karena faktor biaya yang nantinya akan bertambah apabila ada perbaikan kemasan. Namun untuk kedepan nantinya diharapkan adanya pembaharuan dalam hal kemasan produk. Karena kemasan produk akan menambah daya tarik bagi pembeli dan kemasan yang baik akan melindungi kualitas (mutu) produk.

B. Strategi Harga

Penentuan harga pokok penjualan jamu yang dihasilkan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada ditetapkan berdasarkan pada biaya-biaya yang telah dikeluarkan pada proses produksi. Harga produk jamu pada masing-masing pengecer berbeda-beda tergantung biaya transportasi dan jarak masing-masing distributor. Semakin jauh jarak yang ditempuh dalam memasarkan jamu, maka harga jamu akan semakin tinggi, sehingga harga jamu yang sampai pada tangan konsumen berbeda-beda. Agroindustri jamu Parang Husada menetapkan harga jual sebesar Rp 1000/bks untuk jamu kering, sedangkan jamu instan Rp 5000/bks. Namun apabila pembelian dalam jumlah besar, maka ada penetapan harga lain, yaitu Rp 750/bks untuk jamu kering dan Rp 4000/bks untuk jamu instan. Dengan penetapan harga tersebut para pengecer masih bisa memperoleh untung walaupun harga jual sama dengan pihak produsen.

C. Strategi Distribusi

Dalam memasarkan produk jamu yang dihasilkan, agroindustri memiliki agen yang tersebar di beberapa kota di Jawa, Sumatra, Bali, dan Kalimantan. Produk jamu yang ada pada agen-agen tersebut kemudian didistribusikan ke

masing-masing toko atau pedagang pengecer. Saluran pemasaran yang digunakan ada dua macam, antara lain:

1. Saluran pemasaran pendek, yaitu produk jamu dari produsen langsung dipasarkan kepada konsumen.
2. Saluran pemasaran panjang, ada dua macam yaitu :
 - a. Dari produsen disalurkan melalui agen di tiap-tiap daerah pemasaran kemudian dari agen disalurkan kepada toko-toko. Dari toko inilah konsumen dapat memperoleh produk jamu yang dihasilkan Parang Husada.
 - b. Dari produsen disalurkan ke pedagang pengecer, kemudian dari pedagang pengecer langsung dijual kepada konsumen.

D. Strategi Promosi

Promosi diperlukan dalam proses pemasaran dengan tujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Agroindustri jamu tradisional Parang Husada dalam memasarkan produknya belum memerlukan sarana promosi melalui media massa. Hal ini disebabkan karena biaya yang diperlukan sangat tinggi. Dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat, agroindustri jamu tradisional Parang Husada mengikuti beberapa pameran yang diadakan oleh pemerintah maupun pihak swasta.

5.3.2 Strategi Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada dalam Meningkatkan Penjualan Produk Jamu

Dalam rangka meningkatkan keuntungan agroindustri jamu tradisional Parang Husada dan kemampuan dalam bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, maka agroindustri jamu tradisional Parang Husada dalam memasarkan produknya melakukan strategi dan langkah-langkah yang akan ditempuh untuk mencapai target penjualan, yaitu :

1. Berupaya memberikan yang terbaik kepada pelanggan baik kualitas produk, harga maupun pelayanan
2. Meningkatkan kualitas jamu yang dihasilkan serta bahan baku yang digunakan

3. Memperbaiki label serta kemasan produk agar lebih menarik konsumen untuk membeli produk Parang Husada
4. Menyesuaikan harga jual dengan daya beli konsumen tanpa mengesampingkan perhitungan biaya produksi yang telah dikeluarkan
5. Mempertahankan dan memperluas pangsa pasar
6. Mencari terobosan baru yang potensial dalam memasarkan produk jamu
7. Memperkenalkan produk jamu yang dihasilkan dengan cara mengikuti berbagai pameran yang diadakan oleh pemerintah maupun pihak swasta baik di dalam dan di luar kota.

Selain strategi tersebut, agroindustri jamu tradisional Parang Husada juga melakukan berbagai kegiatan penelitian dan pengembangan. Kegiatan penelitian dan pengembangan oleh agroindustri jamu Parang Husada dilakukan bekerjasama dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). LIPI membantu melakukan pengembangan dalam hal tanaman obat-obatan sebagai bahan baku utama produk jamu. Untuk mempertahankan kualitas produk jamu, maka bahan baku yang digunakan harus berkualitas baik. Oleh sebab itu kegiatan penelitian dan pengembangan masih terus dilakukan untuk menunjang pengembangan agroindustri jamu tradisional Parang Husada.

5.4 Prospek Pengembangan Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada

Prospek pengembangan suatu usaha sangat tergantung pada seberapa besar pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Pendekatan yang digunakan untuk mengetahui prospek pengembangan agroindustri jamu tradisional Parang Husada adalah dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu suatu analisis untuk memberikan gambaran mengenai posisi perusahaan dengan melakukan analisa secara menyeluruh terhadap faktor-faktor yang berpengaruh baik secara internal maupun eksternal.

5.4.1 Faktor Strategi Internal

A. Kekuatan (*Strenghts*)

1. Ketersediaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dibutuhkan agroindustri jamu tradisional Parang Husada tersedia di sekitar lokasi perusahaan. Sebagian besar tenaga kerja merupakan tenaga kerja wanita, namun ada pula tenaga kerja laki-laki. Rekrutmen tenaga kerja pada agroindustri Parang Husada sangat mudah, karena semua tenaga kerja diambil dari masyarakat sekitar lokasi industri. Jadi apabila perusahaan membutuhkan tenaga kerja tambahan, maka akan merekrut masyarakat sekitar lokasi industri yang dirasa mampu melakukan pekerjaan tersebut.

2. Kemitraan

Dalam menjalankan usahanya, Parang Husada sudah mengembangkan pola kemitraan. Pola kemitraan yang dijalankan adalah dengan perusahaan jamu di kota Kediri, antara lain Payung Pusaka, Nikisari dan Semar Waras. Adapun mitra usaha yang berasal dari luar daerah yaitu Akar daun dan Kuda Laut yang berada di kota Banyuwangi. Dalam pola kemitraan ini Parang Husada sebagai penyedia bahan baku baik dalam bentuk basah maupun kering.

3. Kualitas Produk

Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada sangat mengutamakan kualitas produk yang dihasilkan. Untuk menjaga kualitas produk, maka pihak agroindustri sangat memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan, karena kualitas bahan baku sangat berpengaruh terhadap pruduk yang dihasilkan. Oleh karena itu pimpinan Parang Husada langsung terlibat dalam pemilihan bahan baku yang akan digunakan.

4. Ketersediaan Bahan Baku

Penyediaan bahan baku jamu Parang Husada di dapat dari masyarakat sekitar lokasi industri. Masyarakat sekitar lokasi industri banyak menanam tanaman obat di pekarangan dan disekitar tegalan. Selain itu dari pihak Parang Husada sendiri mempunyai lahan yang ditanami tanaman obat sebagai bahan baku jamu. Jadi dalam hal penyediaan bahan baku, agroindustri tidak mengalami

kesulitan dan tidak pernah mengalami Kekurangan bahan baku, bahkan kelebihan bahan baku yang ada dijual dalam bentuk mentahan.

5. Penelitian dan Pengembangan

Agroindustri Jamu tradisional Parang Husada sudah melakukan penelitian dan pengembangan. Dalam hal ini pihak Parang Husada bekerjasama dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) sejak tahun 1998 untuk melakukan penelitian dan pengembangan tentang tanaman obat. Dari hasil penelitian yang dilakukan tersebut, akan terus dikembangkan dan disebarakan kepada masyarakat sekitar lingkungan industri.

6. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan agroindustri jamu tradisional Parang Husada sangat strategis mengingat letaknya yang tidak jauh dari lokasi penyediaan bahan baku. Selain itu secara geografis juga sangat mendukung. Lokasi perusahaan berada di lereng gunung Wilis, dimana kondisi tanah di daerah tersebut sangat cocok untuk membudidayakan tanaman obat.

7. Harga

Harga jual jamu tradisional Parang Husada relatif murah. Harga jual jamu kering sebesar Rp 1000/bks sedangkan jamu instan sebesar Rp 5000/bks. Dengan harga tersebut konsumen dapat membeli karena harganya terjangkau oleh daya beli masyarakat.

8. Tanpa Bahan Kimia

Salah satu kelebihan dari produk jamu Parang Husada adalah tanpa menggunakan bahan kimia. Produk jamu instan yang dihasilkan juga tidak menggunakan bahan kimia maupun pengawet. Jadi jamu yang dihasilkan oleh agroindustri Parang Husada benar-benar masih murni dan alami, sehingga masyarakat yang terbiasa hidup sehat akan lebih senang dengan produk tanpa bahan kimia.

9. Pemasaran

Sasaran pemasaran produk jamu Parang Husada sudah jelas, yaitu untuk golongan menengah kebawah. Golongan menengah kebawah memiliki daya beli yang tinggi untuk produk jamu, sebab tingkat pendapatan konsumen yang

memungkinkan untuk mengkonsumsi jamu dibandingkan dengan membeli obat-obatan kimia. Sedangkan daerah pemasaran jamu Parang Husada sudah luas yaitu meliputi Sumatra, Jawa, Bali dan Kalimantan. Untuk daerah Jawa permintaan terbesar produk jamu kering adalah daerah Bandung dan Jakarta. Sedangkan untuk produk jamu instan di daerah Mojokerto.

B. Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Kurangnya Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Agroindustri jamu tradisional Parang Husada belum dapat mengoptimalkan kegiatan promosi. Hal ini disebabkan biaya promosi yang relatif besar sehingga promosi yang dilakukan saat ini hanya dengan mengikuti kegiatan pameran yang diadakan oleh pemerintah maupun pihak swasta.

2. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang tersedia di agroindustri jamu tradisional Parang Husada masih belum maksimal. Sarana transportasi dan komunikasi (telepon) masih belum bisa tersedia. Selain itu gedung yang masih belum memenuhi untuk kegiatan produksi.

3. Kualitas Tenaga Kerja

Ketrampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada masih terbatas. Sebagian besar mereka hanya bisa meracik jamu kering, tetapi untuk jamu instan masih terbatas pada orang-orang tertentu. Sehingga dalam pembuatan jamu instan hanya dipercayakan pada tenaga kerja yang sudah berpengalaman.

5.4.2 Faktor Strategi Eksternal

A. Peluang (*Opportunities*)

1. Dukungan Pemerintah

Pemerintah Kabupaten Kediri sangat mendukung perkembangan agroindustri Parang Husada. Hal ini dapat dilihat dari adanya sumbangan sarana

transportasi berupa perbaikan jalan dan sumbangan bibit tanaman obat. Daerah lokasi industri Parang Husada oleh Pemerintah Kabupaten dijadikan daerah percontohan untuk budidaya tanaman obat.

2. Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat

Dengan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat berupa pergeseran dari obat-obatan kimia pada pengobatan alternatif (tradisional) menjadikan jamu atau obat tradisional sebagai alternatif lain pengganti obat modern. Penggunaan obat tradisional juga meningkat di kalangan masyarakat modern seiring dengan adanya gerakan kembali ke alam "*back to nature*".

3. Tingkat Kepercayaan Lembaga Keuangan

Selama menjalankan usahanya, agroindustri Parang Husada belum pernah mengalami kesulitan dalam modal. Namun dari lembaga keuangan banyak yang menawarkan modal untuk pengembangan usaha. Kepercayaan lembaga keuangan tersebut memberikan peluang bagi agroindustri Parang Husada dalam mengembangkan usahanya.

4. Kesadaran Masyarakat Untuk Menjaga Kesehatan

Tingkat kesadaran masyarakat dalam menjaga kesehatan tubuh sangat tinggi. Pada umumnya masyarakat lebih sering mengkonsumsi jamu sehabis bekerja ataupun olah raga. Kecenderungan konsumen lebih menyukai jamu sebagai obat kesehatan karena jamu lebih kecil efek sampingnya dibandingkan dengan obat-obatan kimia.

5. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk sangat penting, mengingat konsumen selalu menginginkan suatu inovasi baru. Agroindustri Jamu Parang Husada dalam waktu dekat sedang berusaha membuat produk jamu dalam bentuk baru seperti jamu dalam bentuk kapsul, jamu celup, dan manisan yang terbuat dari tanaman obat. Dengan adanya diversifikasi produk diharapkan dapat meningkatkan pemasaran.

B. Ancaman (*Threats*)

1. Pesaing Usaha

Pesatnya perkembangan industri di dalam negeri berpengaruh terhadap industri jamu tradisional. Persaingan dalam pengusahaan jamu tidak mungkin dihindari, namun hal ini dapat dijadikan sebagai motivator untuk lebih mengembangkan usahanya. Sekarang ini banyak pihak yang mulai mencermati peluang usaha jamu.

2. Perubahan Selera Konsumen

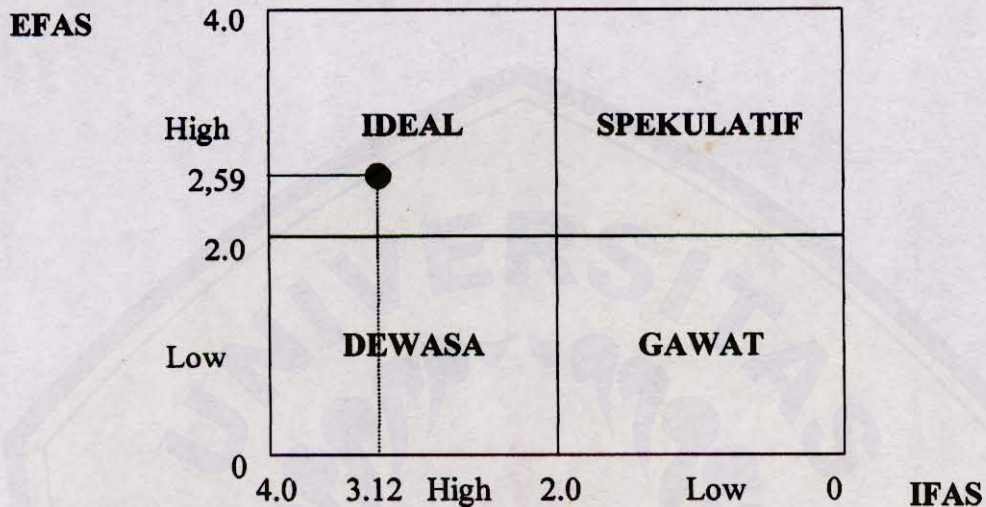
Selera konsumen merupakan perilaku konsumen yang harus mendapatkan perhatian dari pengusaha jamu. Selera konsumen sewaktu-waktu dapat berubah. Dengan selalu mengetahui perubahan selera konsumen dan segera menyesuaikan produk jamu sesuai dengan keinginan konsumen, maka kemungkinan terjadi penurunan penjualan dapat dihindari.

3. Pengaruh Keamanan Daerah Pemasaran

Keamanan daerah pemasaran merupakan faktor penting dalam memasarkan produk. Sejak tahun 1998 agroindustri jamu Parang Husada memasarkan produknya ke daerah Aceh, namun dengan adanya konflik yang terjadi di daerah tersebut mengakibatkan terhambatnya pemasaran produk di daerah itu. Sehingga sekarang produk jamu yang dihasilkan Parang Husada tidak dipasarkan di daerah Aceh mengingat tingkat keamanan yang rendah.

5.4.3 Analisis Matrik Kompetitif Relatif

Analisis perhitungan faktor-faktor internal dan eksternal pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada dapat dilihat pada matrik kompetitif relatif berikut ini :

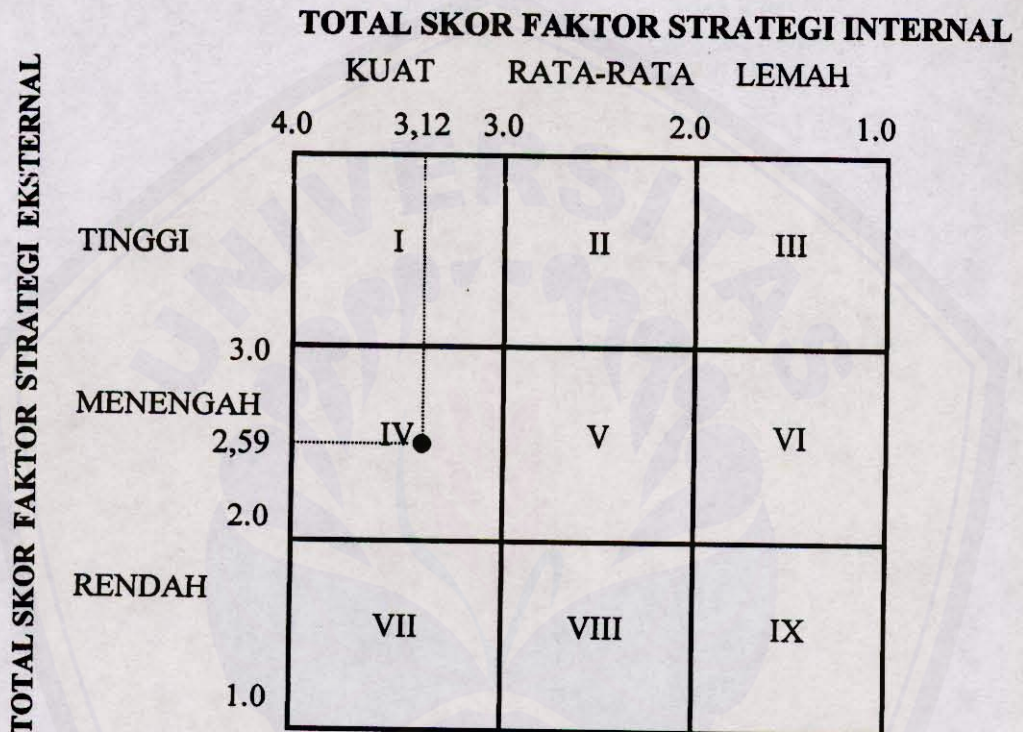


Gambar 5. Analisis Matrik Kompetitif Relatif

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai IFAS sebesar 3,12 sedangkan nilai EFAS sebesar 2,59. Nilai tersebut menempatkan agroindustri jamu tradisional Parang Husada berada pada posisi ideal, yang artinya agroindustri jamu tradisional Parang Husada mempunyai peluang pasar yang prospektif dan mempunyai kompetensi untuk diusahakan.

5.4.4 Analisis Internal Eksternal

Analisis internal eksternal digunakan untuk melihat strategi yang tepat untuk ditetapkan dalam agroindustri jamu tradisional Parang Husada. Hasil analisis matrik internal eksternal dari agroindustri jamu tradisional Parang Husada dapat dilihat pada gambar 6



Gambar 6. Analisis Matrik Internal Eksternal

Dari matrik internal eksternal tersebut dapat dilihat bahwa posisi agroindustri jamu tradisional Parang Husada adalah pada daerah IV (stabilitas). Pada daerah IV (stabilitas) strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi stabilitas yaitu strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ada atau telah ditetapkan.

5.4.5 Analisis Matrik SWOT

Suatu strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pemasaran pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Melihat kondisi posisi perusahaan seperti tampak pada matrik kompetitif relatif, maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi yang harus dilakukan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada agar perusahaan dalam menjalankan usahanya dapat berkembang dengan baik.

Berdasarkan analisis SWOT dapat disusun empat strategi, yaitu S-O, W-O, S-T, dan W-T. Masing-masing strategi ini memiliki karakteristik yang berbeda dan dalam implementasi strategi dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung.

A. Strategi S-O (*Strengths – Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strategi yang digunakan adalah :

1. Memelihara kualitas produk

Produk yang terjaga kualitasnya akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Jamu yang dihasilkan oleh agroindustri Parang Husada sudah memenuhi syarat kesehatan, hal ini dapat dilihat dari ijin yang telah dikeluarkan oleh departemen kesehatan. Produk jamu yang berkualitas tergantung dari bahan baku yang digunakan. Untuk jamu kering, bahan baku sangat menentukan kualitas jamu yang akan diracik. Oleh sebab itu pihak perusahaan harus tetap menjaga kualitas bahan baku yang akan digunakan. Selain itu kebersihan tempat juga perlu diperhatikan.

2. Meningkatkan kerjasama baik dengan pihak swasta maupun pemerintah Kabupaten

Usaha agroindustri jamu tradisional Parang Husada tidak terlepas dari kerjasama dengan pihak-pihak yang terkait, misalnya melakukan kerjasama dengan pihak swasta yang sama-sama bergerak di bidang jamu (Payung Pusaka,

Nikisari, Semar Waras, dll). Strategi yang perlu dilakukan oleh pihak agroindustri jamu tradisional Parang Husada adalah :

- a. Melakukan pendekatan dengan instansi terkait (pemerintah Kabupaten) agar terjalin kerjasama yang menguntungkan.
 - b. Melakukan kerjasama dengan pengusaha jamu (mitra usaha) sehingga volume penjualan bahan baku meningkat.
3. Meningkatkan diversifikasi produk

Langkah kedepan untuk memajukan agroindustri jamu adalah dengan melakukan diversifikasi produk. Strategi ini sangat penting dilakukan mengingat kebutuhan masyarakat terhadap produk jamu semakin bertambah dan beragam. Keberagaman kebutuhan akan produk jamu tersebut mengharuskan agroindustri jamu tradisional Parang Husada harus jeli dalam menetapkan jenis produk apa yang diminati konsumen maupun masyarakat pada umumnya. Salah satu bentuk diversifikasi produk dari jamu adalah dalam bentuk kapsul, pil atau dalam bentuk celup. Produk jamu kering yang dihasilkan Parang Husada sudah lama dikenal masyarakat, namun masyarakat masih belum bisa menemukan produk jamu celup yang dihasilkan oleh Parang Husada. Oleh sebab itu hendaknya pihak agroindustri Parang Husada segera membuat inovasi baru terhadap produk jamu yang dihasilkan, mengingat produk tersebut masih mempunyai prospek yang cerah.

4. Perbaikan Kemasan Produk

Kemasan produk merupakan salah satu daya tarik terhadap konsumen. Kemasan yang menarik, maka akan menggugah selera konsumen untuk membeli produk jamu tersebut. Selain itu dengan adanya perbaikan kemasan maka kualitas (mutu) produk akan lebih terjamin. Selama ini kemasan produk yang dihasilkan oleh agroindustri Parang Husada masih terlalu sederhana. Oleh sebab itu perlu adanya perbaikan terhadap kemasan produk yang telah ada.

B. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

1. Meningkatkan Efisiensi Biaya

Biaya merupakan masalah pokok yang harus dipenuhi dalam proses produksi, sehingga biaya yang efisien akan dapat meningkatkan keuntungan

perusahaan. Dalam hal ini pihak agroindustri jamu tradisional Parang Husada harus lebih mengefisienkan biaya produksi agar keuntungan yang diperoleh semakin meningkat sehingga dapat mengembangkan usaha ke arah lebih maju.

2. Meningkatkan Sarana dan Prasarana dengan Dukungan Pemerintah Kabupaten dan Lembaga Keuangan

Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Sarana dan prasarana yang ada di agroindustri jamu Parang Husada masih belum bisa memenuhi kebutuhan. Gedung yang digunakan masih terlalu sempit, sarana transportasi juga belum memenuhi. Oleh sebab itu pihak agroindustri harus meningkatkan sarana dan prasarana yang ada untuk menunjang kemajuan usahanya. Dengan menjalin kerjasama pemerintah Kabupaten, diharapkan akan mendapatkan dukungan terutama dukungan material. Sedangkan dari lembaga keuangan telah memberikan kepercayaan pinjaman modal kepada pihak agroindustri jamu tradisional Parang Husada, namun belum pernah diterima. Dengan adanya kepercayaan tersebut sebaiknya dimanfaatkan untuk meningkatkan sarana dan prasarana yang ada demi tercapainya tujuan perusahaan.

C. Strategi S-T (*Strenghts-Threats*)

1. Memperluas Jangkauan Pasar

Pemasaran produk jamu yang dihasilkan selama ini sudah cukup bagus, namun dengan adanya konflik didaerah pemasaran menyebabkan perusahaan kehilangan peluang pasar di daerah tersebut. Oleh sebab itu perlu adanya perluasan jangkauan pasar untuk memperluas daerah pemasaran sehingga apabila ada konflik di salah satu daerah pemasaran dapat diatasi dengan mengalihkan daerah pemasaran ke daerah lain yang tidak jauh dengan lokasi sebelumnya.

2. Peningkatan Teknologi

Agroindustri di samping menghasilkan suatu produk juga dituntut untuk bisa mengembangkan usahanya. Peningkatan usaha tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang digunakan. Strategi agroindustri dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan ancaman adalah dengan berusaha meningkatkan kualitas

produk yang dihasilkan yaitu dengan menggunakan teknologi yang mendukung dalam proses produksi.

D. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

1. Peningkatan Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan usaha. Dengan adanya kegiatan promosi diharapkan masyarakat akan lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh agroindustri jamu tradisional Parang Husada. Kendala yang dihadapi perusahaan untuk kegiatan promosi adalah biaya yang relatif tinggi. Namun promosi tidak harus dilakukan melalui media massa. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran yang diadakan baik oleh pemerintah maupun pihak swasta. Selain itu juga bisa dilakukan melalui penyebaran brosur-brosur tentang produk yang dihasilkan oleh agroindustri Parang Husada serta khasiat dan kegunaannya.

2. Memperhatikan Perubahan Selera Konsumen

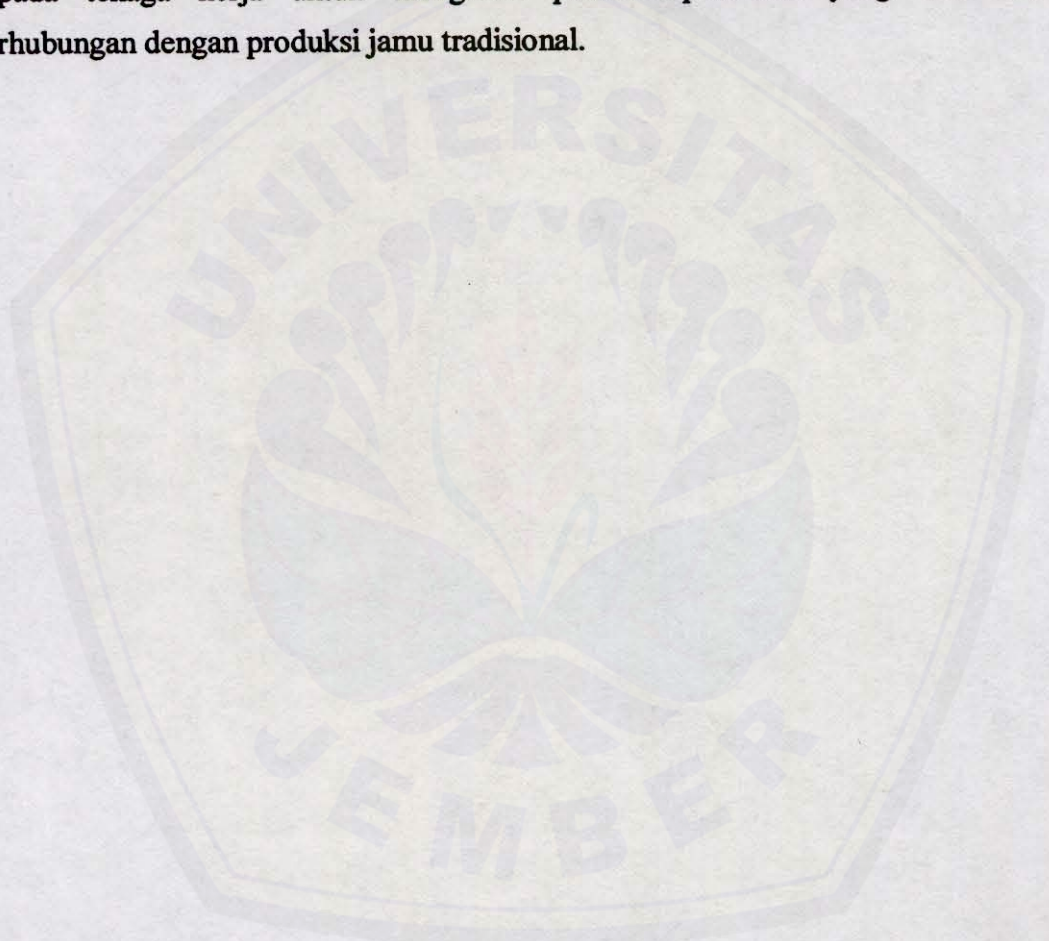
Selera konsumen tidak selalu tetap, setiap waktu bisa terjadi perubahan selera baik itu selera terhadap produk yang dihasilkan, kemasan maupun rasa produk tersebut. Pihak agroindustri harus bisa memahami selera konsumen. Oleh sebab itu perlu adanya survei pasar sehingga produsen dapat mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Dengan mengetahui perubahan tersebut produsen harus berusaha untuk memenuhi perubahan yang terjadi, sehingga konsumen tidak akan berpindah ke produk lainnya.

3. Meningkatkan Kualitas Tenaga Kerja

Keberlanjutan usaha jamu pada agroindustri Parang Husada tidak lepas dari peranan tenaga kerja yang ada sebagai pelaksana usaha. Umumnya tenaga kerja yang ada di agroindustri jamu tradisional Parang Husada memiliki tingkat pendidikan dan ketrampilan yang masih rendah, sehingga masih sulit untuk mengadopsi teknologi baru. Tenaga kerja dengan tingkat pendidikan dan ketrampilan yang rendah cenderung menunggu perintah dari majikannya dalam mengerjakan sesuatu ataupun dalam mengambil keputusan. Sementara tenaga kerja dengan tingkat pendidikan yang tinggi cenderung berfikir lebih rasional

sehingga dapat memutuskan sesuatu permasalahan ringan tanpa menunggu instruksi dari majikan.

Strategi yang harus dilakukan adalah dengan meningkatkan intensitas keikutsertaan tenaga kerja dalam setiap kegiatan atau pelatihan. Berbagai pelatihan dan pembinaan telah sering dilakukan, namun kegiatan itu seringkali terbatas pada pimpinan saja. Untuk itu pengusaha harus memberikan kesempatan kepada tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang ada dan berhubungan dengan produksi jamu tradisional.



Untuk mengetahui hasil analisis matrik SWOT sehingga dapat disusun empat strategi tersebut, maka dapat dilihat pada gambar 7 :

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan tenaga kerja mudah didapat 2. Kemitraan yang baik 3. Kualitas produk terjaga 4. Tersedia bahan baku disekitar lokasi 5. Kerjasama Penelitian dan Pengembangan dengan LIPI 6. Lokasi Perusahaan strategis 7. Harga terjangkau oleh semualapian masyarakat 8. Tanpa Bahan Kimia 9. Pasarnya jelas 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi 2. Sarana dan prasarana yang belum memadai 3. Kualitas tenaga kerja relatif rendah
<p style="text-align: center;">Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah Kabupaten 2. Perubahan pola konsumsi masyarakat 3. Tingkat kepercayaan lembaga keuangan 4. Kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan 5. Diversifikasi produk 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memelihara kualitas produk 2. Meningkatkan kerjasama baik dengan pihak swasta maupun pemerintah daerah 3. Meningkatkan diversifikasi produk 4. Perbaikan kemasan produk 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan efisiensi biaya 2. Meningkatkan sarana dan prasarana dengan dukungan pemerintah daerah dan lembaga keuangan
<p style="text-align: center;">Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing usaha 2. Perubahan selera konsumen 3. Pengaruh keamanan daerah pemasaran 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan pasar 2. Peningkatan teknologi 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan promosi 2. Memperhatikan perubahan selera konsumen 3. Meningkatkan kualitas tenaga kerja

Gambar 7. Analisis Matrik SWOT

5.4.6 Formulasi Strategi Usaha Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, agroindustri jamu tradisional Parang Husada saat ini berada dalam tahap pertumbuhan/stabilitas, dan berada pada posisi ideal. Untuk itu agroindustri jamu tradisional Parang Husada harus menyusun suatu rencana strategis guna mengembangkan usahanya, baik rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang.

Rencana strategis agroindustri jamu tradisional Parang Husada dalam jangka pendek yang perlu dilakukan adalah:

1. Mempertahankan kualitas produk
2. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tenaga kerja
3. Meningkatkan sarana dan prasarana dengan memanfaatkan kepercayaan lembaga keuangan dalam pinjaman modal
4. Menggunakan biaya produksi secara lebih efisien
5. Menjaga hubungan yang baik dengan mitra usaha yang telah ada dan menambah kerjasama dengan pihak-pihak yang terkait guna kemajuan usaha.

Rencana strategis agroindustri jamu tradisional Parang Husada dalam jangka panjang yang perlu dilakukan adalah:

1. Memperbaiki label dan kemasan produk
2. Melakukan ekspansi secara horisontal ke wilayah lain yang sedang berkembang dalam rangka memperluas jaringan pemasaran
3. Melakukan pemantauan perkembangan teknologi, jenis produk, selera konsumen, dan persaingan pasar yang ada
4. Melakukan diversifikasi produk yang disesuaikan dengan selera konsumen
5. Mengantisipasi pendatang baru dan berusaha mempertahankan pasar yang sudah dikuasai serta mempersiapkan strategi pemasaran baru yang lebih kompetitif.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

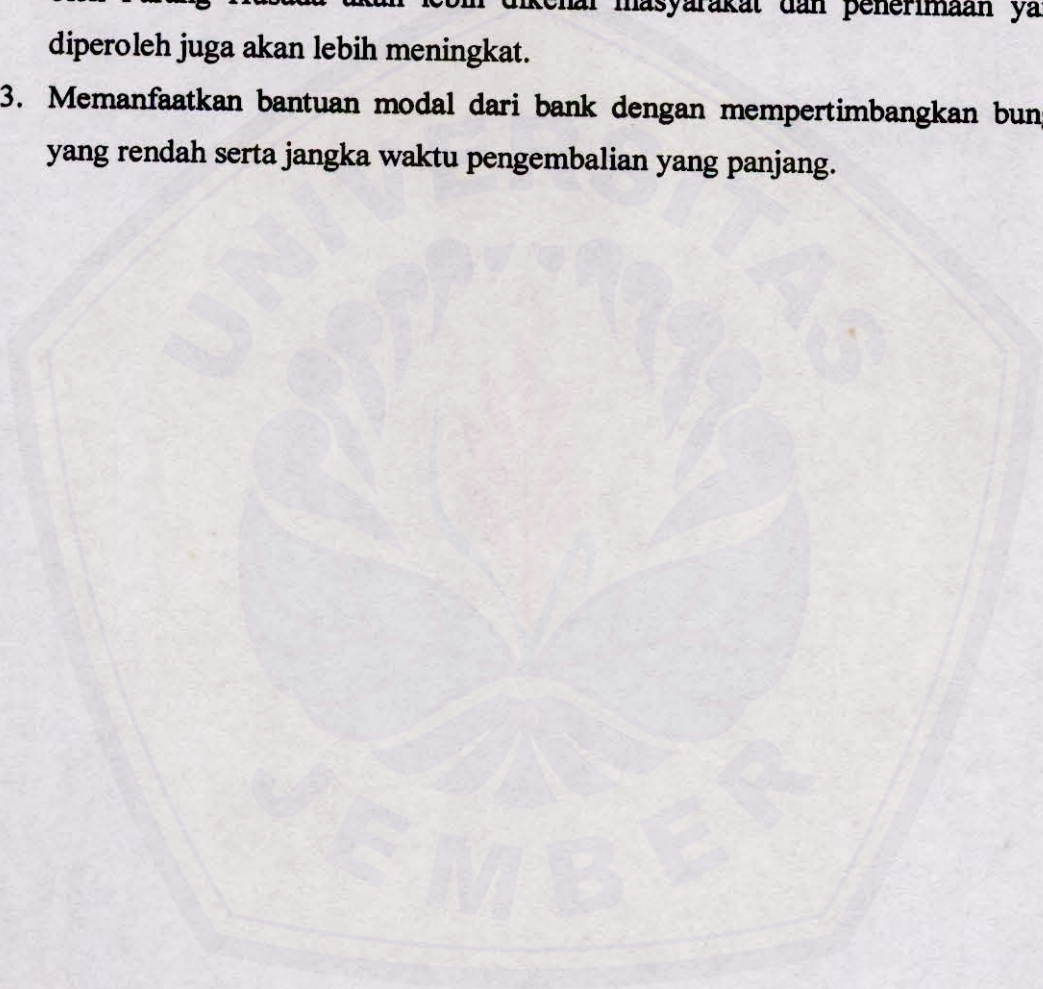
6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasar analisis R/C rasio, agroindustri jamu tradisional Parang Husada sudah efisien. Efisiensi usaha dicapai pada tahun 1999-2002 dengan nilai rata-rata sebesar 1,33335, yang artinya bahwa setiap pengeluaran sebesar Rp 1000 akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1333,35 atau 1,33335 kali lipat dari biaya yang dikeluarkan.
2. Kontribusi pendapatan tenaga kerja agroindustri jamu tradisional Parang Husada terhadap pendapatan keluarga masih rendah yang ditunjukkan dengan nilai prosentase rata-rata kontribusi sebesar 30,44%.
3. Strategi Pemasaran Agroindustri jamu tradisional Parang Husada kategori sudah baik, hal ini ditunjukkan dengan perusahaan menggunakan strategi bauran pemasaran dan membuat strategi baru sesuai dengan perubahan selera konsumen.
4. Agroindustri jamu tradisional Parang Husada mempunyai prospek pengembangan baik yaitu berada pada posisi ideal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai IFAS sebesar 3,12 dan EFAS sebesar 2,59 yang berarti bahwa agroindustri jamu tradisional Parang Husada memiliki peluang pasar yang prospektif dan mempunyai kompetensi untuk diusahakan.

6.2 Saran

1. Memperluas diversifikasi produk jamu, misalnya dalam bentuk kapsul, pil, maupun jamu celup agar konsumen mempunyai variasi dalam mengkonsumsi jamu sehingga tidak bosan.
2. Memperluas jaringan pasar, sehingga produk jamu tradisional yang diproduksi oleh Parang Husada akan lebih dikenal masyarakat dan penerimaan yang diperoleh juga akan lebih meningkat.
3. Memanfaatkan bantuan modal dari bank dengan mempertimbangkan bunga yang rendah serta jangka waktu pengembalian yang panjang.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, Y. 2003. **Kelayakan Finansial dan Prospek Pengembangan Agroindustri Jamu Nikisari**. Jember: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Anoraga, P dan Janti,S. 1996. **Pengantar Bisnis Modern**. Jakarta : Pustaka Jaya.
- Atmaja, L.S. 1997. **Memahami Statistik Bisnis**. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Baharsjah, S. 1997. "Peran Sektor Pertanian di Indonesia". Dalam *Perekonomian Indonesia Memasuki Milenium Ketiga*. London : International Quality Publication.
- Cahyono, H. 1997. **Pendapatan Masyarakat di Sekitar Taman Nasional Meru Betiri dari Aktivitas Pengambilan Tumbuhan Obat**. Bogor : Jurusan Konservasi Sumberdaya Hutan Fakultas Kehutanan IPB-LATIN.
- Dillon, H.S. 1997. "Perkembangan Agroindustri". Dalam *Perekonomian Indonesia Memasuki Milenium Ketiga*. London: International Quality Publication.
- Herman, A.S. 1997." Menuju Industri Kecil yang Mandiri". Dalam *Perekonomian Indonesia Menuju Milenium Ketiga*. London International Quality Publication.
- Hernanto, F. 1996. **Ilmu Usahatani**. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Hilaludin. 1993. **Interaksi Masyarakat denganTumbuhan Obat di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Jawa Barat**. Bogor ; Jurusan Konservasi Sumberdaya Hutan Fakultas Kehutanan IPB.
- Karidah, Karlina dan Gray. 1999. **Pengantar Evaluasi Proyek**. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kartasapoetra, G. 1992. **Budidaya Tanaman Berkhasiat Obat**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P dan Gray, A. 1997. **Dasar-dasar Pemasaran**. Jakarta: Prehailindo.
- Kotler, P. 1990. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Erlangga.
- Mahdi, N. 1993. **Prospek Pengembangan Tumbuhan Obat Kencur**. Bogor : Botani Penelitian Tanaman Rempah dan Obat.

- Masyuri. 2000. **"Pengembangan Agroindustri Melalui Penelitian dan Pengembangan Produk yang Intensif dan Berkesinambungan"**. Dalam *Agroekonomi*. Vol VII. No.1. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Milles, M.B dan Huberman, A.M. 1992. **Analisa Data Kuantitatif**. Jakarta: UI Press.
- Mooryati. 1992. **Pendayagunaan Tanaman Obat**. Bogor: Prosiding Komunikasi Hasil Penelitian Nutfah dan Budidaya Tanaman Obat.
- Mubyarto. 1987. **Politik Pertanian dan Pembangunan Pedesaan**. Dalam Yuli Haryati,dkk. 1996. *Optimasi Usaha dan Struktur Pusat Agroindustri Gula Kelapa di Jember*. Jember : Fakultas Pertanian Unuversitas Jember.
- Napitupulu, T. 2000. **"Pembangunan Pertanian dan Pengembangan Agroindustri"**. Dalam Rudi Wibowo (Ed). *Pertanian dan Pangan*. Jakarta.
- Priatno, N. 1993. **"Agroindustri Peluang Pilihan Bidang Profesi Kewiraswastaan Pasca Pendidikan Tinggi Pertanian"**. Dalam *Seminar Kewiraswastaan*. Jember : Ikatan Senat Mahasiswa Pertanian Indonesia Senat Mahasiswa Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Pudjosumarto, M.1998. **Evaluasi Proyek**. Jakarta: Liberty.
- Rachmat, M. 1999. **"Struktur dan Kinerja Agroindustri di Indonesia (Analisis Perubahan Tahun 1974-1993)"**. Dalam *Dinamika Inovasi Sosial Ekonomi dan Kelembagaan Pertanian*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian.
- Santoso, K. 1995. **"Analisa Kebijakan Pertanian Untuk Menunjang Pembangunan Agroindustri"**. Dalam *Pangan*. Vol VI.No 24. Jakarta: Media Komunikasi dan Informasi.
- Saragih, B. 1997. **"Agroindustri Sebagai Suatu Jalur ke Era Industrialisasi"**. Dalam *Perekonomian Indonesiâ Menuju Milenium Ketiga*. London: International Quality Publication.
- Sitepu, dkk. 1995. **Epidemiologi dan Ekobiologi Penyakit Tanaman Obat**. Bogor: Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat.
- Soekartawi.1991. **"Pokok-pokok Pikiran Pengembangan Industri Pertanian dan Pedesaan Dalam Rangka PJP II"**. Dalam *Seminar Industri Pertanian dan Pedesaan Jawa Timur Dalam PJP II*. Jember : Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

- Soekartawi. 1994. **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian**. Jakarta: Rajawali Pers.
- , 1996. **Pembangunan Pertanian**. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- , 2000. **Pengantar Agroindustri**. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- , 1995. **Dasar Penyusunan Evaluasi Proyek**. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- , 1995. **Analisis Usahatani**. Jakarta: PT. Rajawali Press.
- .Soetrisno. 1998. "Analisis Ekonomi Wilayah Pendukung Kegiatan Agroindustri". Dalam *Jurnal Agribisnis*. (Januari – Juni, II). No. 1. Jember: Universitas Jember, JUBC.
- Sumodiningrat, G. 1998. **Membangun Perekonomian Rakyat**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Sutardji. 1991. **Dari Jamu Menjadi Obat Tradisional Menuju ke Fitofarmaka**. Surabaya: Laboratorium Botani Farmasi-Farmakognasi Fakultas Farmasi Unair.
- Sutrisno, H. 1989. **Metodologi Research**. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Swastha, B dan Hani, H. 1982. **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B dan Irawan. 1983. **Manajemen Pemasaran Baru**. Yogyakarta: Liberty.
- Syafi'i, I., Sunarsih dan T.D. Hapsari. 2000. **Manajemen Agribisnis**. Jember: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Syukur, C. dan Hernani. 2002. **Budidaya Tanaman Obat Komersial**. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Taryoto. 1992. **Analisis Kelembagaan Penunjang Pengembangan Agroindustri**. Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian Indonesia.
- Tim Penulis Martha Tilaar Inovation Center. 2002. **Budidaya Secara Organik Tanaman Obat Rimpang**. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Widjajanto, H. 1987. **Pembangunan Ekonomi Pedesaan**. Yogyakarta: BPFE.
- Wirabrata, H. 1999. **Pengembangan Industri Kecil dan Menengah**. Jakarta: Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia.

Lampiran 1. Perkiraan Biaya Tetap Agroindustri Jamu Parang Husada Tahun 1998 - 2002

No	Jenis	Tahun												Total
		1998		1999		2000		2001		2002		Total		
		Jumlah	Nilai	Jumlah	Nilai	Jumlah	Nilai	Jumlah	Nilai	Jumlah	Nilai			
1	Mesin Serbuk	1	15000											15000
2	Mesin pengering							1	10000					10000
3	Diesel	1	5000	1	6000									11000
4	Ayakan	2	51	1	27			1	28					106
5	Gledekan	1	500											500
6	Timbangan	1	250			2	510							760
7	Gedung	1	45000											45000
8	Mesin Ketik	1	150											150
9	Almari Arsip			1	150									150
10	Meja Kursi			1	1000									1000
11	Peralatan Kantor		40		50		65		75				80	310,00
12	Meja Kerja	1	140,25			1	142,6		145,75					428,60
13	Komputer										1	3000		3000
14	Telfon		2400		2400		2400		2400					12000
15	Listrik		750,25		875,35		1098,8		1187				1375,50	5286,90
16	Promosi		300		300		350		450				500	1900
17	Pajak TDP		100		100		100		100				100	500
18	Ijin Prinsip HO		200											200
19	NPWP		200											200
20	Depkes		200											200
21	TDI		200											200
22	Siup		200											200
23	Perawatan Gedung		50		50		50		55				60	265
24	Perawatan Mesin		75		80		85		100				100	440
	Total		70806,50		11032,35		4801,40		14540,75				7615,5	108796,5

Keterangan : Nilai Dalam Ribuan

Lampiran 2. Perkiraan Biaya Variabel Agroindustri Jamu Parang Husada Tahun 1999-2002

No	Biaya Variabel	Tahun												Total Nilai			
		1998			1999			2000			2001				2002		
		Vol	Harga	Nilai	Vol	Harga	Nilai	Vol	Harga	Nilai	Vol	Harga	Nilai		Vol	Harga	Nilai
1	Temulawak Kering	2,5	2000	5000	3	2500	7500	5	2750	13750	6,5	3000	19500	2,5	3000	7.500	53250
2	Kunir Kering	1,5	2750	4125	2	3200	6400	3	3500	10500	4	3750	15000	1,5	4000	6.000	42025
3	Albak/Kalitus	2,5	1000	2500	3	1500	4500	5	2000	10000	6,3	2300	14375	2,5	2500	6.250	37625
4	Daun Sambiloto	2,5	2750	6875	3	3000	9000	5	3250	16250	5,3	3250	17225	2,5	3500	8.750	58100
5	Daun Senggani	4,5	800	3600	6,5	1000	6500	9	1200	10800	11	1500	15750	4,5	1500	6.750	43400
6	Kayu Secang	1	1000	1000	1,5	3200	4800	2	3800	7600	3	4000	12000	1	4000	4.000	29400
7	Susuk Angin	1,5	5000	7500	2	6000	12000	3	7000	21000	3,5	7500	26250	1,5	8000	12.000	78750
8	Dara Putih	1	4000	4000	1,5	4750	7125	2	5000	10000	2,4	5750	13800	1	6000	6.000	40925
9	Merico Bolong	1,5	1500	2250	2	1600	3200	3	1750	5250	3,2	2000	6400	1,5	2000	3.000	20100
10	Kayu Ulet	1	3000	3000	1,5	3750	5625	2	4000	8000	2,5	4800	12000	1	5000	5.000	33625
11	Kejibeling	1	2750	2750	1,5	3000	4500	2	3400	6800	2,3	3800	8740	1	4000	4.000	26790
12	Kapulogo	1,5	14000	21000	2	14200	28400	3	14800	44400	3,3	15500	51150	1,5	16000	24.000	168950
13	Kedawung	1	5000	5000	1,2	6000	7200	2	6800	13600	2,5	7300	18250	1	8000	8.000	52050
14	Daun Kayu Putih	1,5	1500	2250	1,7	1500	2550	3	1550	4650	4	1600	6400	1,5	2000	3.000	18850
15	Kumis Kucing	1,5	2000	3000	1,7	2500	4250	3	2900	8700	3,8	3300	12540	1,5	3500	5.250	33740
16	Jahe Basah	0,6	2000	1200	0,6	2000	1200	0,6	2000	1200	0,8	2500	2000	1	2500	2.500	8100
17	Temulawak Basah	0,2	600	120	0,2	600	120	0,2	600	120	0,3	1000	300	0,4	1000	400	1060
18	Kunir Basah	0,3	800	240	0,3	800	240	0,3	800	240	0,4	1000	400	0,5	1000	500	1620
19	Kunci Basah	0,3	3000	900	0,3	3000	900	0,3	3000	900	0,4	4000	1600	0,4	4000	1.600	5900
20	Kencur Basah	0,3	7000	2100	0,3	7000	2100	0,3	7000	2100	0,4	8000	3200	0,5	8000	4.000	13500
21	Gula Pasir	1,7	2800	4760	1,7	3000	5100	1,7	3200	5440	2,3	3800	8740	2,8	4000	11.200	35240
22	Plastik			2985			3020,5			3750			4075			3800	17630,5
23	Label			3250			4175,5			4560			5750,5			4376	22112
24	Transportasi			1500			2500			6750			12000			8000	30750
25	Upah TK			75230			80143			86475			112057			87350	441255
	Total			166135			213049			302835			399503			233226	1314747,5

Keterangan :

- Volume dalam Ton
- Nilai dalam Ribuan Rupiah
- Harga = Rp/Kg

Lampiran 3. Penerimaan Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Tahun 1998-2002

Tahun	Produksi (bks)		Harga Jual (Rp/bks)		Penerimaan (Rp)
	Kering	Instan	Kering	Instan	
1998	360000	6000	350	2500	141.000.000
1999	540000	6000	450	2500	258.000.000
2000	720000	6000	600	3000	450.000.000
2001	960000	6500	750	5000	752.500.000
2002	360000	7000	1000	5000	395.000.000
Total	2940000	31500	3150	18000	1996500000
Rata-rata	588000	6300	630	3600	3993000000

Lampiran 4. Tingkat Efisiensi Biaya Agroindustri Jamu Tradisional Parang Husada Tahun 1998-2002

Tahun	Penerimaan 2	Total Biaya Variabel 3	Total Biaya Tetap 4	Total Biaya 5 = 3 + 4	Pendapatan 6 = 2 - 5	R/C ratio 7 = 2/5
1998	141.000.000	166.135.000	70.806.500	236.941.500	-95.941.500	0,595083597
1999	258.000.000	213.049.000	11.032.350	224.081.350	33.918.650	1,151367573
2000	450.000.000	302.835.000	4.801.400	307.636.400	142.363.600	1,462765785
2001	752.500.000	399.503.000	14.540.750	414.043.750	338.456.250	1,81744079
2002	395.000.000	233.226.000	7.615.500	240.841.500	154.158.500	1,640082793
Total	1996500000	1314748000	108796500	1.423.544.500	572.955.500	7
Rata-rata	399300000	262949600	146786500	284708900	114591100	1,333348107

Lampiran 5. Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Agroindustri Jamu Parang Husada Terhadap Pendapatan Keluarga

No	Nama	Pendapatan dari Agroindustri Jamu	Pendapatan Dari Yang Lain	Pendapatan Keluarga Lainnya	Total Pendapatan Keluarga	Pengeluaran Rumah Tangga	Kontribusi Pendapatan(%)
		3	4	5	6=3+4+5	7	8=3/6x100%
1	2						
1	Misri	273.000		700.000	973.000	174.000	28,06
2	Sumiarsih	265.000		650.000	915.000	286.000	28,96
3	Patinem	215.000	100.000	550.000	865.000	286.000	24,86
4	Susiono	350.000	600.000		950.000	174.000	36,84
5	Yundari	280.000	500.000	300.000	1.080.000	358.000	25,93
6	Srini	215.000		150.000	365.000	202.000	58,90
7	Lilik	225.000		500.000	725.000	170.000	31,03
8	Sumiyati	225.000	50.000	565.000	840.000	275.000	26,79
9	Laminah	225.000	75.000	500.000	800.000	143.000	28,13
10	Jaminem	250.000	100.000	300.000	650.000	236.000	38,46
11	Suminah	215.000		500.000	715.000	146.000	30,07
12	Nyariati	225.000	150.000	600.000	975.000	362.000	23,08
13	Kasinem	210.000	75.000	650.000	935.000	298.000	22,46
14	Patemi	215.000		800.000	1.015.000	300.000	21,18
15	Poniyem	225.000		750.000	975.000	315.000	23,08
16	Gumini	225.000	120.000	500.000	845.000	155.000	26,63
17	Jayadi	350.000	700.000	50.000	1.100.000	393.000	31,82
18	Suwarno	350.000	660.000		1.010.000	223.000	34,65
19	Mardji	450.000	600.000		1.050.000	405.000	42,86
20	Sulami	250.000	50.000	700.000	1.000.000	411.000	25,00
21	Wakinem	250.000	55.000	680.000	985.000	308.000	25,38
22	Lagiman	350.000	650.000	50.000	1.050.000	197.000	33,33
23	Parlan	350.000	500.000	65.000	915.000	201.000	38,25
24	Suwarsih	225.000	30.000	650.000	905.000	177.000	24,86
	Total	6.413.003	5.015.000	10.210.000	21.638.000	6.195.000	731
	Rata-Rata	267208,46	208958,33	425416,67	901583,33	258125,00	30,44

Lampiran 6. Tabel Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN :			
1. Ketersediaan tenaga kerja	0,05	2	0,1
2. Kemitraan	0,04	1	0,04
3. Kualitas produk	0,15	4	0,6
4. Penelitian dan Pengembangan	0,08	3	0,24
5. Ketersediaan bahan baku	0,15	4	0,6
6. Lokasi perusahaan	0,06	3	0,18
7. Harga	0,08	3	0,24
8. Tanpa bahan kimia	0,09	2	0,18
9. Pemasaran	0,1	4	0,4
KELEMAHAN :			
1. Kurangnya Promosi	0,04	4	0,16
2. Sarana dan prasarana	0,1	2	0,2
3. Kualitas tenaga kerja	0,06	3	0,18
Total	1		3,12

Keterangan :

- Pemberian bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 sampai dengan 0,0. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0

Dimana : 1,0 = paling penting

0,0 = tidak penting

- Rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai dengan 4 berdasarkan pengaruh faktor-faktor terhadap kondisi internal agroindustri yang bersangkutan.
- Variabel yang masuk kategori kekuatan (*Strenghts*) diberi nilai mulai dari 1 (tidak kuat) sampai dengan 4 (sangat kuat).

Dimana : 1 = tidak kuat

2 = cukup kuat

3 = kuat

4 = sangat kuat

- Variabel yang masuk kategori kelemahan (*Weakness*) diberi nilai mulai dari 1 (sangat lemah) sampai dengan 4 (tidak lemah)

Dimana : 1 = sangat lemah

2 = lemah

3 = cukup lemah

4 = tidak lemah

Lampiran 7. Tabel External Factors Analysis Summary (EFAS)

Faktor-faktor External	Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG :			
1. Dukungan PEMKAB	0,12	2	0,24
2. Perubahan pola konsumsi masyarakat	0,15	4	0,6
3. Tingkat kepercayaan lembaga keuangan	0,09	2	0,18
4. Kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan	0,15	4	0,6
5. Diversifikasi produk	0,1	3	0,3
ANCAMAN :			
1. Pesaing usaha	0,1	2	0,2
2. Perubahan selera konsumen	0,09	3	0,27
3. Pengaruh keamanan daerah pemasaran	0,2	1	0,2
Total	1		2,59

Keterangan :

- Pemberian bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 sampai dengan 0,0. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0

Dimana : 1,0 = paling penting

0,0 = tidak penting

- Rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai dengan 4 berdasarkan pengaruh faktor-faktor terhadap kondisi eksternal agroindustri yang bersangkutan.
- Variabel yang masuk kategori peluang (*Opportunities*) diberi nilai mulai dari 1 (tidak kuat) sampai dengan 4 (sangat kuat).

Dimana : 1 = tidak kuat

2 = cukup kuat

3 = kuat

4 = sangat kuat

- Variabel yang masuk kategori ancaman (*Threats*) diberi nilai mulai dari 1 (sangat lemah) sampai dengan 4 (tidak lemah)

Dimana : 1 = sangat lemah

2 = lemah

3 = cukup lemah

4 = tidak lemah

Lampiran 8. Kuisisioner

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS PERTANIAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN/AGRIBISNIS

KUESIONER

JUDUL PENELITIAN : Analisis Ekonomi dan Kontribusi Pendapatan Agroindustri Jamu Tradisional

LOKASI PENELITIAN : AGROINDUSTRI JAMU TRADISIONAL PARANG HUSADA di Dusun Purut Desa Parang Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri

PEWAWANCARA

1. Nama : RETNO PUSPITANINGTYAS
2. NIM : 991510201075
3. Hari/Tanggal Wawancara :2003
-

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Pengalaman Kerja :
6. Pekerjaan Utama :
7. Jumlah Anggota Keluarga :
8. Nomor Responden :
-

I. Penggunaan Biaya-Biaya Dalam Agroindustri Jamu Tradisional

1. Mulai tahun berapa agroindustri ini dilakukan ?

2. Pernahkah anda mengalami perubahan usaha dalam agroindustri jamu tradisional ?

- a. Ya
- b. Tidak

Jika “Ya” dari usaha apa beralih ke apa ? Alasan.....

3. Biaya tetap untuk peralatan

No	Alat	Satu-an	Jum-lah	Harga Satuan	Total	Umur Pakai	Penyu-sutan	Total
1.	Pisau potong							
2.	Mesin penyerbuk							
3.	Timbangan							
4.	Pengayak							
5.	Sendok							
6.	Karung/Plas tik							
7.							
8.							
9.							
10.							
	Total							

4. Biaya variabel untuk pemasaran

No	Jenis Kegiatan	Satuan	Jumlah	Biaya persatuan	Total
1.	Pengemasan				
2.	Pengangkutan dan pengiriman				
3.				
	Total				

5. Biaya variabel sarana produksi

No	Jenis Bahan	Satuan	Jumlah	Harga Satuan	Total Nilai
1.	Bahan Baku				
	a. Jahe				
	b. Kunyit				
	c. Temulawak				
	d. Kencur				
	e. Kumis kucing				
	f. Lempuyang				
	g.				
	h.				
	i.				
	j.				
	k.				
	l.				
2.	Bahan Lainnya				
	a. Gula				
	b.				
	c.				
	Total				

6. Biaya Variabel untuk tenaga kerja

No	Jenis Bahan	Σ orang	Σ hari	Σ jam/hari	Biaya/hari	Total
1.						
2.						
3.						
	Total					

7. Biaya Kapital dalam Agroindustri*Jamu Tradisional

No	Jenis Biaya	Jumlah	Suku Bunga	Biaya Kapital (TC x Suku Bunga)
1.	Biaya Tetap			
2.	Biaya Variabel			
	Total			

8. Apakah biaya yang digunakan besarnya tetap ?

- a. Ya
- b. Tidak

9. Biaya mana yang selalu mengalami perubahan tiap waktu ?

- a.
- b.

10. Biaya yang paling sulit untuk dipenuhi selama proses produksi ?

- a.
- b.

11. Bagaimana cara untuk mengatasi kesulitan dari segi pembiayaan

- a. Pinjam koperasi/Bank
- b. Menurunkan volume produksi
- c. Berhenti berproduksi
- d. Lainnya (.....)

12. Bagaimana perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan ?

- a. Biaya lebih besar pendapatan
- b. Biaya lebih kecil pendapatan
- c. Biaya = pendapatan
- d. Lainnya (.....)

II. Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja pada Agroindustri Jamu Terhadap Pendapatan Keluarga

1. Selama sehari, berapa jam anda bekerja ?jam
2. Selam seminggu, berapa hari anda bekerja ?hari
3. Apakah upah ditentukan oleh pemilik usaha ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Mengapa?.....
4. Bagaimanakah sistem pengupahan pada agroindustri jamu tradisional ini ?
 - a. Harian
 - b. Mingguan
 - c. Bulanan
 - d.Lainnya (.....)
5. Berapakah besarnya upah pada agroindustri jamu tradisional Parang Husada ?
6. Apakah penghasilan tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jika tidak,mengapa ?
7. Apakah syarat yang diperlukan untuk menjadi tenaga kerja pada agroindustri jamu tradisional ini ?
 - a. Keterampilan tinggi
 - b. Mempunyai tanaman onat yang digunakan sebagai bahan baku
 - c. Hubungan kerja
 - d.

8. Perolehan pendapatan

Anggota keluarga	Pekerjaan Utama	Pekerjaan Sampingan	Jam kerja/hari	Pendapatan (Rp)
Suami				
Istri				
Anggota keluarga lainnya				
Total				

9. Pengeluaran rumah tangga

Jenis Pengeluaran	Keterangan	Besarnya (Rp)
Tetap		
Tidak Tetap		
Total		

10. Bagaimanakah status anda dalam kegiatan pada agroindustri jamu tradisional ?

- a. Kepala Gudang
- b. Buruh biasa
- c.
- d.

III. Prospek Agroindustri Jamu Tradisional

A. Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

1. KELEMBAGAAN

1.1 Apakah agriindustri jamu Parang Husada dalam menjalankan usahanya mengembangkan pola kemitraan ?

- a. Ya, Sebutkan
- b. Tidak, Mengapa

Jika "ya", bagaimana pengaturan pola kemitraannya

1.2 Apakah ada mitra usaha antara sesama pengusaha agroindustri di wilayah lebih luas ?

- a. Ada, bentuknya
- b. Tidak

1.3 Bagaimana keadaan struktur organisasi (administrasi & job discription) usaha agroindustri jamu Parang Husada ?

1.4 Adakah hubungan dengan kelembagaan lainnya, misalnya kelembagaan pasar, dinas, dll ?

2. PEMASARAN

2.1 Apakah sudah memiliki sasaran pasar ?

a. Sudah, sebutkan.....

b. Belum

2.2 Apakah kualitas dan kuantitas jamu sudah memenuhi standar permintaan konsumen ?

a. Sudah ; sebutkan.....

b. Belum; mengapa

2.3 Dimanakah daerah pemasaran produk jamu tersebut ?

2.4 Apakah produk jamu memiliki permintaan yang teratur (kontinyu) ?

a. ya; produk yang mana; kepada siapa menjualnya ?

b. tidak; produk yang mana; apa penyebabnya ?

2.5 Apakah ada pemanfaatan media periklanan dan promosi penjualan ?

2.6 Bagaimana saluran pemasaran Jamu Parang Husada ?

2.7 Bagaimanakah strategi pemasaran yang diterapkan pada agroindustri jamu Parang Husada ?

2.8 Apakah dilakukan segmentasi pasar ?

3. HARGA

3.1 Apakah produk jamu mempunyai harga yang sama di pasar ?

a. ya, berapa harga perbungkus ?

b. tidak

Jika "tidak" bagaimana klasifikasi harga produknya.....

3.2 Ketentuan harga tersebut berlaku sejak kapan ?

3.3 Apakah pernah ada kenaikan harga ?

a. ya

b. tidak

Jika "ya" berapa % kenaikannya

3.4 Kenaikan harga tersebut apakah mempengaruhi jumlah produk yang terjual ?

a. ya

b. tidak

Jika “ya” penjualan menurun berapa %

4. SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

4.1 Apakah pengadaan tenaga kerja menjadi kendala dalam proses produksi ?

- a. ya, alasan
- b. tidak, alasan.....

4.2 Bagaimanakah tingkat pendidikan yang digunakan ?

	Tingkat pendidikan	Jumlah	Keterangan
a.	SD		
b.	SMP		
c.	SMU		
d.	PERGURUAN TINGGI		
e.	Lainnya (.....)		
	Total		

4.3 Apakah ada pelatihan dan pembinaan tenaga kerja yang digunakan ?

- a. ya (bentuknya apa))
- b. tidak

4.4 Apakah ada penambahan tenaga kerja pada waktu tertentu ?

- a. ada, berapa
- b. tidak

4.5 Bagaimanakah sistem gaji / upahnya ?

4.6 Upaya apa yang dilakukan untuk memantau produktivitas kerja ?

5. SARANA DAN PRASARANA

5.1 Bagaimanakah posisi lokasi usaha dengan letak bahan baku ?

5.2 Berapa inventaris yang dimiliki jamu Parang Husada ?

- a. Mesin
- b. Transportasi.....

5.3 Menurut anda apakah kapasitas mesin cukup ?

- a. ya
- b. tidak

Jika “ya” apakah sudah digunakan sepenuhnya ?

5.4 Menurut anda apakah sarana transportasi cukup memadai ?

5.5 Bagaimanakah prasarana (ruang) yang digunakan dalam proses produksi ?

- a. terlalu luas
- b. cukup luas
- c. kurang luas

Jika “b” dan “c” berapa ratio luas ruangan dengan jumlah pekerja

6. PRODUKSI DAN OPERASI

6.1 Apakah kondisi iklim dan cuaca terhadap agroindustri jamu cukup kondusif (sesuai) ?

6.2 Apakah kegiatan produksi dilakukan secara rutin ?

- a. ya (alasan))
- b. Tidak (alasan))

6.3 Apakah proses produksi atau produk yang dihasilkan tergantung dari permintaan pasar ?

- a. ya
- b. tidak

6.4 Apakah ada perbedaan kualitas terhadap produk yang dihasilkan ?

- a. ya
- b. tidak

6.5 Apakah ada upaya pengendalian mutu produk jamu yang dihasilkan ?

- a. ada; sebutkan
- b. tidak

6.6 Apakah sudah tercantum komposisi kimia pada produk jamu ini ?

- a. sudah
- b. belum, mengapa

6.7 Apakah sudah ada ijin dari departemen kesehatan ?

- a. sudah
- b. belum, mengapa

7. PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

7.1 Apakah usaha jamu Parang Husada sudah memanfaatkan fasilitas penelitian dan pengembangan ?

- a. sudah
- b. belum, mengapa

7.2 Siapakah yang melakukan penelitian dan pengembangan jamu Parang Husada?

7.3 Bagaimana pengaruh adanya penelitian dan pengembangan terhadap agroindustri jamu ?

7.4 Adakah upaya untuk meningkatkan penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan ? Dalam bentuk apa?

8. KEUANGAN

8.1 Darimanakah perolehan modal awal dari usaha agroindustri jamu ?

8.2 Apakah mengalami kesulitan dalam menyediakan modal usaha ?

- a. tidak
- b. ya, jelaskan

8.3 Bagaimanakah tingkat kepercayaan bank/lembaga keuangan terhadap peminjaman modal jamu Parang Husada ?

8.4 Apakah dengan ukuran usaha (skala industri) yang dilakukan ini sudah menguntungkan ?

- a. ya (alasan))
- b. tidak (alasan))

8.5 Apakah ada keinginan untuk mengembangkan usaha yang telah didirikan ?

- a. ya
- b. tidak

8.6 Apakah sudah melakukan pembukuan keuangan usaha secara teratur ?

- a. sudah
- b. belum, alasan

B. LINGKUNGAN EKSTERNAL (PELUANG DAN ANCAMAN)

1. KEBIJAKAN PEMERINTAH

1.1 Adakah kebijakan pemerintah dalam hal agroindustri jamu tradisional ?

- a. Ada
- b. Tidak ada

Jika "ada", bagaimana bentuk kebijakan tersebut ?

.....

1.2 Bagaimanakah pengaruh kebijakan pemerintah bagi perkembangan agroindustri jamu ?

1.3 Bagaimanakah pengaruh peraturan pemerintah terhadap pengembangan tanaman obat sebagai bahan baku jamu tradisional ?

2. EKOLOGI

2.1 Bagaimanakah keadaan iklim di lokasi usaha berkaitan dengan budidaya tanaman obat sebagai bahan baku jamu ?

2.2 Bagaimanakah keadaan tanah dan ketinggian tempat berkaitan dengan budidaya tanaman obat ?

2.3 Bagaimanakah perkembangan tanaman obat ?

- a. makin langka
- b. makin mudah
- c. makin mahal/murah

3. EKONOMI

3.1 Apakah produk jamu semakin digemari atau sebaliknya ?

3.2 Bagaimanakah tingkat perkembangan konsumsi jamu tradisional ?

3.3 Bagaimanakah pengaruh krisis moneter terhadap pola konsumsi konsumen ?

4. TEKNOLOGI

- 4.1 Bagaimana penggunaan teknologi untuk budidaya tanaman obat yang mendukung kualitas jamu Parang Husada?
- 4.2 Bagaimanakah penanganan bahan baku sebelum diolah ?
- 4.3 Bagaimanakah teknologi pengolahan dan pengemasan ?
- 4.4 Bagaimana perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi terhadap upaya pengembangan pemasaran ?

5. SOSIAL BUDAYA

- 5.1 Bagaimanakah kesadaran penduduk terhadap pentingnya menjaga kesehatan tubuh terhadap tingkat konsumsi jamu di masyarakat ?
- 5.2 Apakah ada pelatihan atau pembinaan produksi jamu sebagai warisan nenek moyang yang harus dilestarikan ?
- 5.3 Apakah masyarakat sekitar lokasi dapat menerima adanya agroindustri jamu Parang Husada?
- 5.4 Bagaimana keamanan usaha agroindustri Jamu Parang Husada?

6. PESAING

- 6.1 Bagaimanakah pengaruh era globalisasi terhadap tingkat persaingan agroindustri jamu ?
- 6.2 Apakah terdapat pesaing usaha jamu di daerah sekitar agroindustri jamu Parang Husada?
- 6.3 Bagaimana pengaruh adanya pesaing terhadap perkembangan agroindustri jamu Parang Husada ?
- 6.4 Adakah kesepakatan / negosiasi dengan pesaing tentang pasar yang akan dituju ?

7. SUBSTITUSI

- 7.1 Bagaimanakah perkembangan jamu tradisional dengan adanya jamu dari bahan baku substitusi ?
- 7.2 Bagaimana pengaruh adanya jamu dengan bahan baku substitusi terhadap perkembangan agroindustri Parang Husada?
- 7.3 Upaya apakah yang dilakukan untuk mengatasi adanya barang substitusi tersebut ?

8. PEMASOK

- 8.1 Bagaimanakah kontinuitas pemasok dalam menyuplai bahan baku jamu ?
- 8.2 Siapakah pemasok bahan baku jamu?
 - a. mitra usaha
 - b. supplier
 - c.
- 8.3 Apakah ada fasilitas yang diberikan oleh pemasok ?
 - a. ada, sebutkan
 - b. tidak

9. SELERA KONSUMEN

- 9.1 Bagaimanakah perubahan selera konsumen pada jamu Parang husada?
- 9.2 Mengapa terjadi perubahan selera konsumen ?
- 9.3 Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi perubahan selera konsumen ?