

Asal: Hadiah	Klass 338.476
Pembelian	615.882
TerimaTgl: 17 APR 2004	LES
No. Induk:	ke.
Pengkatalog: Pat	



JAMU - PENGGUNAAN TERAPI

**KAJIAN EKONOMI DAN PROSPEK
PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI JAMU**

(Studi Kasus di UD. Putri Kinasih dengan Merek Tawon Klanceng,
Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi, Propinsi Jawa Timur)

**KARYA ILMIAH TERTULIS
(SKRIPSI)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Sarjana Pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi
Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh :

INDRA LESMONO

961510201239



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

Dosen Pembimbing :

1. Ir. Moch. Samsoehudi, MS

Dosen Pembimbing Utama

2. Ir. Sri Subekti, Msi

Dosen Pembimbing Anggota

KARYA ILMIAH TERJULIS BERJUDUL

**KAJIAN EKONOMI DAN PROSPEK
PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI JAMU**

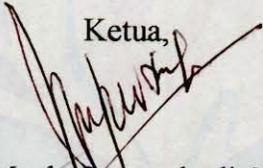
Dipersiapkan dan disusun oleh

INDRA LESMONO
961510201239

Telah diuji pada tanggal
05 Agustus 2003
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

TIM PENGUJI

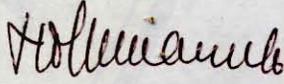
Ketua,


Ir. Moeh. Samsোধudi, MS
NIP. 130 206 221

Anggota I


Ir. Sri Subekti, MSi
NIP. 131 918 174

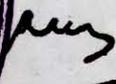
Anggota II


Ir. M. Sunarsih, MS
NIP. 130 890 070



MENGESAHKAN

Dekan,


Sri Mudjiharjati, MS
NIP. 130 609 808

MOTTO

*“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman
diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu
pengetahuan beberapa derajat”*

(Q.S.Al Mujaadilah: 11)

*“Kegagalan yang membuat tersipu, lebih mulia daripada
keberhasilan yang membuat sombong”*

(Kahlil Gibran)

*“Sederhana dalam sikap, kaya dalam karya,
ini yang bikin hidup lebih hidup”*

(Star Mild)

PERSEMBAHAN

- *Bapak H. M. Mintono dan Ibu Hj. Suprapti atas semua cinta, kasih sayang, dukungan moril, materiil, dan do'a yang tulus ikhlas yang senantiasa menyertai setiap langkahku.*
- *Mas Budi, Mas Arief dan Dik Indri yang telah memberiku nuansa hidup menjadi lebih bermakna.*
- *Seseorang yang selalu mendampingiku dan memotivasiku dengan setia dalam suka dan duka : Bibi Narhis.*
- *Teman-teman terbaik : Andre, Adrik, Esti, Susan, Pratomo, Herman, Dini, dan rekan-rekan Sosek yang telah memberikan nuansa suka pelipur lara dan api perjuangan.*
- *Almamaterku tercinta : Universitas Jember.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbi' alamin.... Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah Tertulis dengan judul **KAJIAN EKONOMI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI JAMU** dengan Studi Kasus di Agroindustri Jamu UD. Putri Kinasih dengan Merek Tawon Klanceng di Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.

Karya Ilmiah Tertulis ini adalah untuk memenuhi syarat dan kewajiban dalam menempuh sarjana Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Jember. Dalam penulisan Karya Ilmiah Tertulis, penulis telah banyak mendapat bimbingan dan bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Ir. Arie Mudjiharjati, MS, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember, yang telah menerima karya ini sebagai Karya Ilmiah Tertulis.
2. Bapak Ir. H. Imam Syafi'i, MS, selaku Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian, atas bantuan sarana dan prasarana selama penyelesaian Karya Ilmiah Tertulis ini.
3. Ir. H. Moch. Samsoehudi, MS, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk sejak awal hingga terselesaikannya penelitian ini.
4. Ir. Sri Subekti, Msi, selaku Dosen Pembimbing Anggota I, yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk sejak awal hingga terselesaikannya penelitian ini.
5. Ir. M. Sunarsih, Ms, selaku Dosen Penguji Anggota II, yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam perbaikan laporan penelitian ini.
6. Ir. Soetriono, MP, selaku Dosen Wali yang membimbing dan mengarahkan selama menjadi mahasiswa.

7. Bapak Agus Setiobudi dan Bapak Ahmad Fauzi yang telah memberikan ijin dan banyak membantu dalam pengumpulan data dan informasi.
8. Rekan-rekan Sosek, yang telah memberikan tanggapan, saran dan bantuan dalam penulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Karya Ilmiah Tertulis ini masih terdapat kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi penulisan yang akan datang.

Akhirnya, penulis berharap semoga Karya Ilmiah Tertulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca, khususnya di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember.

Jember, Agustus 2003

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
RINGKASAN	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	8
1.3.1 Tujuan.....	8
1.3.2 Kegunaan.....	8
II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Teori Produksi dan Efisiensi	13
2.1.2 Teori Biaya dan Pendapatan.....	18
2.1.3 Teori Analisis SWOT dan Regresi.....	20
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis.....	27
III. METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Penentuan Daerah Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data	28

3.4 Metode Analisis Data	28
3.5 Terminologi.....	35
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	37
4.1 Sejarah Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	37
4.2 Lokasi Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	37
4.3 Struktur Organisasi.....	38
4.4 Kegiatan Produksi	41
4.4.1 Bahan Baku dan Bahan Pelengkap.....	41
4.4.2 Proses Produksi	42
4.5 Pemasaran.....	45
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
5.1 Efisiensi Biaya Produksi Agroindustri Jamu Tawon Klanceng	47
5.2 Faktor-Faktor Ekonomi Yang Mempengaruhi Pendapatan Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	48
5.3 Efisiensi Pemasaran agroindustri Jamu Tawon Klanceng	52
5.4 Prospek Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	53
5.4.1 Faktor Strategi Internal.....	53
5.4.2 Faktor Strategi Eksternal	56
5.4.3 Analisis Matrik Kompetitif Relatif	58
5.4.4 Analisis Internal Eksternal	59
5.4.5 Analisis Matrik SWOT.....	60
5.4.6 Formulasi Strategi	62
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Analisis Faktor Internal (Internal Factor Analisis Summary/IFAS).....	31
2.	Analisis Faktor Eksternal (Eksternal Factor Analisis Summary/EFAS).....	32
3.	Analisis R/C ratio agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi Tahun 2001/2003	47
4.	Estimasi Fungsi Regresi Linier Berganda Terhadap Pendapatan Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	49
5.	Efisiensi Pemasaran agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi Tahun 2001/2003	52
6.	Analisis Matrik SWOT.....	61

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kurva Fungsi Produksi	15
2.	Kurva Biaya Produksi.....	18
3.	Matrik Kompetitif Relatif	33
4.	Matrik Internal Eksternal	34
5.	Struktur Organisasi Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	39
6.	Skema Proses Produksi	42
7.	Matrik Kompetitif Relatif	58
8.	Matrik Internal Eksternal	59

DAFTAR LAMPIRAN

Nomer	Judul	Halaman
1.	Biaya Produksi Pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	68
2.	Rekapitulasi Total Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	69
3.	Rekapitulasi Total Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng Tahun 2001/2002.....	70
4.	Rekapitulasi Total Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng Tahun 2002/2003.....	70
5.	Data Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Agroindustri Jamu Tawon Klanceng	71
6.	Biaya Produk, Nilai Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	72
7.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Dengan 7 Variabel Bebas (Xi) Yang Mempengaruhi Pendapatan (Y).....	73
8.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Dengan 5 Variabel Bebas (Xi) Yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan (Y) Tanpa Multikolinieritas	76
9.	Tabel Internal Factors Analisis Summary (IFAS)	80
10.	Tabel Eksternal Factors Analisis Summary (EFAS)	82
11.	Data Responden Agroindustri Jamu Tawon Klanceng.....	84

RINGKASAN

INDRA LESMONO, 961510201239, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember, **“KAJIAN EKONOMI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI JAMU”**. Studi Kasus di UD. Putri Kinasih dengan Merek Tawon Klanceng Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Dosen Pembimbing Utama Ir. H. Moch. Samsueldi, MS dan Dosen Pembimbing Anggota Ir. Sri Subekti, MSi.

Salah satu arah kebijakan ekonomi dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) 1999 adalah mengembangkan perekonomian yang berorientasi global sesuai kemajuan teknologi dengan membangun keunggulan kompetitif berdasarkan keunggulan komparatif sebagai negara agraris dan maritim sesuai kompetensi dan produk unggulan di setiap daerah, terutama pertanian dalam arti luas, kelautan, pertambangan, pariwisata serta industri kecil dan industri rakyat.

Penelitian agroindustri jamu dilakukan dengan pertimbangan utama bahwa agroindustri jamu merupakan salah satu agroindustri yang memiliki prospek pengembangan yang cerah dalam sistem agribisnis. Jamu atau obat tradisional masih digunakan hingga saat ini yang meliputi seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Penggunaan obat tradisional dari tahun ke tahun bukannya semakin berkurang, melainkan makin meningkat.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Kalanceng; (2) untuk mengetahui faktor-faktor ekonomi yang berpengaruh terhadap pendapatan; (3) untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran hasil dan (4) untuk mengetahui prospek pengembangan usaha agroindustri jamu tersebut.

Metode penentuan daerah penelitian adalah Purposive, yaitu di UD. Putri Kinasih Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan korelasional. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung pada perusahaan, data primer yang diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan responden dan data sekunder yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait.

Metode analisis data yang digunakan adalah (1) analisis efisiensi biaya (R/C ratio) untuk mengetahui efisiensi penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Klanceng; (2) Regresi Linier Berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng; (3) analisis efisiensi pemasaran untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran pada agroindustri jamu Tawon Klanceng dan (4) analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) untuk mengetahui prospek agroindustri jamu Tawon Klanceng.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah efisien, dengan nilai R/C ratio pada tahun 2001/2002 sebesar 1,33 dan pada tahun 2002/2003 sebesar 1,63; (2) faktor biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya promosi, biaya peralatan, dan harga berpengaruh secara nyata terhadap pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng; (3) pemasaran hasil pada agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah efisien dengan nilai efisiensi pada tahun 2001/2002 sebesar 29,46% dan pada tahun 2002/2003 sebesar 28,88%; (4) agroindustri jamu Tawon Klanceng mempunyai peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk diusahakan. Posisi agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah ideal, dengan nilai IFAS sebesar 2,68 dan EFAS sebesar 2,37, dimana strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal yaitu relatif lebih defensif, memperluas pangsa pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui akuisisi (*joint ventures*) dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Salah satu arah kebijakan ekonomi dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) 1999 adalah mengembangkan perekonomian yang berorientasi global sesuai kemajuan teknologi dengan membangun keunggulan kompetitif berdasarkan keunggulan komparatif sebagai negara agraris dan maritim sesuai kompetensi dan produk unggulan di setiap daerah, terutama pertanian dalam arti luas, kehutanan, kelautan, pertambangan, pariwisata serta industri kecil dan industri rakyat (Departemen Pendidikan Nasional, 1999).

Memasuki abad ke-21 yang digambarkan sebagai era yang penuh dengan tantangan dan peluang, sektor pertanian harus dibangun dan dikembangkan menjadi pertanian modern yang memiliki ciri pertumbuhan yang dinamis, produktif dan tanggap terhadap perubahan lingkungan. Globalisasi ekonomi memberikan peluang untuk meningkatkan perdagangan internasional sehingga usaha pertanian perlu dikembangkan terus guna menyongsong peluang tersebut sekaligus meningkatkan taraf hidup petani. Tujuan ini dapat dicapai jika sektor pertanian makin diintegrasikan dengan sektor industri dan sektor lainnya sehingga teknologi, efisiensi dan produktivitas selalu berubah menuju keadaan yang lebih baik tanpa harus mengganggu dan merusak kelestarian sumberdaya alam untuk kehidupan manusia (Soeharjo, 1997).

Indonesia merupakan negara pertanian, yang berarti bahwa pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian. Oleh karena itu, pembangunan pertanian merupakan syarat mutlak dalam menunjang pembangunan ekonomi nasional. Pembangunan pertanian bertujuan untuk mempertinggi produksi dan pendapatan petani, serta sebagai langkah yang terarah agar kemakmuran di pedesaan dapat tercapai (Mubyarto, 1995).

Agar dapat diperoleh keterkaitan optimal industri pertanian dan pedesaan, maka pengembangan agroindustri harus dapat menumbuhkan industri untuk

pertumbuhan ekonomi pedesaan yang berimbang, meningkatkan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja serta pilihan lokasi industri yang efisien serta sesuai dengan tipe maupun ukuran industri yang dimaksud. Dengan demikian untuk selanjutnya diharapkan akan muncul suatu pola dan struktur produk pertanian yang berdiversifikasi dengan kemantapan di dalam arus bahan bakunya (Santoso, 1994).

Agroindustri yang merupakan mata rantai dari kegiatan disektor pertanian telah mampu untuk tumbuh dan berkembang berperan serta pada persoalan-persoalan peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja serta sebagai sumber pertumbuhan baru disektor pertanian. Dengan begitu tampaknya bidang agroindustri mempunyai keunggulan kompetitif (Siswoputranto, 1976).

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 di Indonesia yang telah ada juga didorong dengan menerapkan pendekatan agribisnis sistematis, sementara pendirian industri baru sepenuhnya dipadukan dalam skema pengembangan komoditas. Untuk mencapai tujuan ini agroindustri yang memiliki skala ekonomi dan mendukung pengembangan komoditas yang kompetitif, baik sebagai bahan mentah, produk antara maupun produk akhir, didorong sepenuhnya. Pada saat yang sama agroindustri skala kecil dianggap efektif dalam merestrukturisasi ekonomi pedesaan karena mereka membangun usaha-usaha kecil dan tradisional yang masih ada dimiliki oleh masyarakat desa (Dillon, 1997).

Perkembangan agroindustri perlu mendapat perhatian lebih serius karena didasarkan pada pemikiran (Santoso, 1994):

1. Agroindustri dewasa ini diperlukan kehadirannya di tengah-tengah masyarakat.
2. Agroindustri dapat merupakan kegiatan ekonomi yang memberikan sumber pendapatan daerah dan devisa negara.

3. Agroindustri mempunyai prospek yang cerah dan dapat lebih dikembangkan untuk masa-masa mendatang sebagai salah satu kegiatan ekonomi yang terandalkan.
4. Agroindustri dapat menarik dan mendorong kegiatan-kegiatan ekonomi dan proses produksi baik hulu maupun hilir. Hal ini berarti bahwa agroindustri dapat sebagai penggerak kegiatan perekonomian secara keseluruhan.
5. Agroindustri dapat merupakan kegiatan ekonomi yang memberikan sumber pendapatan daerah dan devisa negara.
6. Agroindustri mempunyai prospek yang cerah dan dapat lebih dikembangkan untuk masa-masa mendatang sebagai salah satu kegiatan ekonomi yang terandalkan.

Manfaat ekonomi dari kegiatan industri dapat meningkatkan kesempatan kerja, nilai tambah pendapatan petani serta meningkatkan mutu dari hasil produksi pertanian yang pada gilirannya dapat memenuhi syarat untuk memasuki pasar luar negeri. Bahkan yang lebih penting sebenarnya terjalinnya kaitan antara sektor pertanian, sektor industri, perdagangan dan sektor-sektor lainnya dalam perekonomian (Soeharjo, 1990).

Melihat keseluruhan sektor dalam perekonomian Jawa Timur, sektor agroindustri mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap PDRB, nilai tambah dan penyerapan angkatan kerja. Walaupun kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB mengalami penurunan, akan tetapi potensi yang dimiliki sektor ini sangat besar maka wajar kalau menjadikan sektor agroindustri sebagai prioritas pilihan dalam pembangunan ekonomi di provinsi Jawa Timur. Dengan demikian sektor agroindustri diharapkan akan berkembang dan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi bersama-sama dengan sektor pertambangan dalam artian apabila keduanya bersatu secara kuat, dimana sektor agroindustri mempergunakan bahan baku yang dihasilkan dari sektor pertanian setempat. Hal ini akan menyebabkan pengembangan sektor industri yang meningkatkan pasar bagi produk-produk pertanian dalam wilayah yang bersangkutan (Hartadi, 1999).

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

1. Adanya berbagai peraturan perundangan seperti Undang-undang No. 9 Tahun 1960 tentang pokok-pokok kesehatan, Undang-undang No. 7 Tahun 1963 tentang farmasi, Undang-undang No. 23 Tahun 1992 tentang kesehatan dan kemudian adanya pengarahannya Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN) tahun 1988 dan disempurnakan GBHN tahun 1999. Peraturan perundangan 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 penggalian, penelitian, pengujian dan pengembangan obat-obatan serta cara pengobatan tradisional.

Disamping 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 untuk 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 setiap tahunnya. Produk-produk obat tradisional Indonesia sudah tersebar di berbagai negara antara lain

Pakistan, Banglades, Hongkong, Singapura, Sri Langka, Malaysia, Muangthai, Jepang, dan 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 yang dianjurkan oleh WHO. Dalam resolusi WHO 1997, 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.

Adanya pemberlakuan kebijakan pemerintah ini, maka obat tradisional Indonesia mempunyai peranan penting dalam menunjang peningkatan kesehatan rakyat yang pada gilirannya akan berimplikasi pada pertumbuhan dan perkembangan agroindustri jamu atau obat tradisional.

Begitu banyak tumbuhan hidup di Indonesia. Temu-temuan dan empon-empon adalah sebagian diantaranya. Nenek moyang kita sejak dulu telah memanfaatkannya untuk keperluan memasak sehari-hari, menjaga kesehatan, dan mengobati penyakit. Ketika dunia kedokteran modern belum dikenal, peranan aneka tanaman ini sudah banyak dikenal.

Tumbuhan obat yang ada di Indonesia sulit dihitung jumlahnya. Penelitian ilmiah yang terus dilakukan akan membuat daftar nama tumbuhan obat menjadi semakin panjang. Dari sekian banyak tanaman obat, sebagian besar termasuk famili *Zingiberaceae*.

Dari sekitar 283 jenis tanaman obat, ada 12 jenis tanaman yang paling sering dipakai. Dua belas jenis tanaman itu adalah temu lawak, jahe, lempuyang

g
pustaka

gajah, cabe jawa, kedawung, lengkuas, lempuyang wangi, kencur, pula sari, kunyit, bangle, dan adas. Dari dua belas tanaman itu, yang sudah banyak dibudidayakan sebagai tanaman komersial baru enam jenis, yakni temu lawak, jahe, lengkuas, kencur, kunyit, dan adas. Temu-temuan dan empon-empon mendominasi jenis-jenis tanaman obat di atas. Oleh sebab itu, temu-temuan dan empon-empon perlu dimasyarakatkan dan dikembangkan (Pramono, 1992).

Masyarakat Indonesia adalah penggunaan obat tradisional. Aneka resep untuk penyakit sudah memasyarakat di kalangan penduduk secara turun-temurun. Suku Jawa, Sunda, Aceh, Batak, Maluku, hingga masyarakat pedalaman Kalimantan banyak memiliki obat-obatan spesifik dengan bahan yang mereka peroleh dari sekitar tempat tinggal mereka. Sayangnya, generasi muda kurang peduli dengan kekayaan tradisi ini. Padahal, jika potensi ini dimanfaatkan bukan tak mungkin justru kita banyak memperoleh manfaat dan keuntungan. Jamu-jamu produksi Indonesia yang menggunakan bahan tradisional dan dikemas secara modern kini mulai dieskpor ke luar negeri, misalnya produk untuk perawatan tubuh dan kecantikan (Dharma, A.P. 1985).

Di negara maju, minat para peneliti untuk mengeksploitasi potensi tumbuhan obat yang tersebar di banyak negara, terutama di kawasan tropis, terus meningkat. Negara kita yang memiliki banyak potensi sumber daya tumbuhan obat belum memanfaatkannya secara maksimal untuk memperoleh pemasukan atau devisa. Pada tahun 1993, kontribusi ekspor tanaman obat Indonesia dalam bentuk simplisia di luar jahe memberikan devisa senilai US\$ 11,6 juta. Pada tahun yang sama, RRC memperoleh US\$ 301,56 juta, Korea US\$ 106,26 juta, dan India US\$ 50,81 juta. Indonesia hanya menempati posisi nomor 39 diantara 113 negara produsen tanaman obat di pasaran dunia.

Negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jerman, Jepang, Belanda, dan Inggris makin banyak mengimpor obat-obatan tradisional. Kecenderungan ini tampaknya akan makin meningkat di tahun-tahun mendatang dan akan diikuti oleh banyak negara lainnya, terutama pada saat perdagangan global berlaku. Tak ada salahnya, Indonesia menangkap peluang besar ini guna meningkatkan devisa. Negara tujuan ekspor tanaman obat asal Indonesia sampai saat ini baru meliputi

Hongkong, Singapura, Jerman, Taiwan, Jepang, Korea Selatan, dan Belanda. Jadi, masih banyak peluang pasar dari negara lain yang belum digarap (Muhlisah, 1999).

Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi, Propinsi Jawa Timur merupakan salah satu wilayah agroindustri jamu, dimana di Kabupaten Banyuwangi ini terdapat kurang lebih 80 agroindustri jamu yang telah memiliki ijin usaha. Sebagian besar perusahaan jamu dilakukan dalam skala rumah tangga kecil dan menengah karena jumlah tenaga kerja yang digunakan berkisar antara 30-100 orang. UD. Putri Kinasih merupakan salah satu agroindustri jamu yang terletak di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi dengan merek Tawon Klanceng. Perusahaan jamu di UD. Putri Kinasih ini lebih menonjolkan produk yang dihasilkan adalah jamu untuk pegal linu, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk mengusahakan produk lain jika ada permintaan dari pasar. Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Putri Kinasih bersifat lokal yaitu hanya terbatas pada pangsa pasar dalam negeri saja.

Atas dasar latar belakang permasalahan tersebut maka perlu adanya kajian tentang efisiensi penggunaan biaya produksi, faktor-faktor ekonomi yang berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha jamu UD. Putri Kinasih, efisiensi pemasaran dan prospek pengembangannya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas maka dapat disusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Klanceng ?
2. Faktor-faktor ekonomi apakah yang berpengaruh terhadap pendapatan pada usaha jamu Tawon Klanceng ?
3. Bagaimanakah tingkat efisiensi pemasaran pada agroindustri jamu Tawon Klanceng ?
4. Bagaimanakah prospek pengembangan agroindustri jamu Tawon Klanceng ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Klanceng.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor ekonomi apa saja yang berpengaruh terhadap pendapatan usaha jamu Tawon Klanceng.
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran pada usaha jamu Tawon Klanceng.
4. Untuk mengetahui prospek pengembangan usaha jamu Tawon Klanceng.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Dapat memberikan informasi kepada perusahaan berkenaan dengan pengambilan keputusan dan kebijaksanaan efisiensi penggunaan biaya guna kelangsungan usahanya.
2. Dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi pertanian serta informasi bagi peneliti lain.



II. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Oleh karena besarnya sumberdaya lahan dan tenaga kerja di Indonesia tidaklah mengherankan bila prospek pertanian dan pedesaan masih tetap mendapat prioritas. Pada umumnya prospek pertanian pedesaan ditujukan untuk mencapai keadaan sebagai berikut (Randinelli, 1990):

1. Meningkatkan produktivitas pertanian.
2. Meningkatkan produktivitas tenaga kerja.
3. Meningkatkan optimalisasi penggunaan sumberdaya.
4. Meningkatkan pendapatan petani.
5. Meningkatkan pendapatan pemerintah melalui devisa.

Sumber daya manusia, modal dan teknologi menempati posisi yang amat penting dan strategis dalam mewujudkan tersedianya barang dan jasa. Sumber-sumber ekonomi yang digerakkan secara efektif memerlukan keterampilan organisatoris dan teknis yang mempunyai tingkat hasil guna yang tinggi. Artinya hasil yang diperoleh seimbang dengan masukan yang diolah. Melalui berbagai perbaikan cara kerja, pemborosan waktu dan tenaga kerja serta berbagai input lainnya dapat dikurangi sejauh mungkin (Sinungan, 1992).

Agroindustri dapat menjadi suatu sektor yang memimpin didasarkan pada pemikiran sebagai berikut (Saragih, 1993):

- a. Agroindustri memiliki keterkaitan yang besar, baik ke hulu maupun ke hilir.
- b. Produk agroindustri terutama agroindustri pengolahan, umumnya memiliki nilai elastisitas permintaan akan pendapatan yang relatif meningkat (elastis) jika dibandingkan dengan produk pertanian dalam bentuk segar atau bahan mentah.
- c. Kegiatan agroindustri umumnya bersifat menggunakan input yang renewable, sehingga keberlangsungan kegiatan ini dapat lebih terjamin.
- d. Agroindustri memiliki peluang besar untuk terus berkembang karena kapasitas pasarnya yang cukup besar, yang berarti pula bahwa ketatnya kendala pasar bagi produk sektor ini.

- e. Memiliki basis di pedesaan akan mengurangi kecenderungan perpindahan tenaga kerja yang berlebih dari desa ke kota yang berarti dapat mengurangi rangkaian masalah yang menyertainya.

Pengembangan agroindustri sebaiknya diprioritaskan untuk mendorong mengembangkan agroindustri skala kecil dan menengah di pedesaan sebagai subsistem pengolahan. Agroindustri skala kecil dan menengah merupakan kelanjutan dari subsistem produksi sekaligus sebagai bagian dari pendekatan permintaan, sebab pada kenyataannya pembangunan pengembangan agroindustri saat ini masih sangat diperlukan sampai waktu tidak tentu untuk memberikan kesempatan kerja sekaligus pemerataan kesempatan kerja (Santoso, 1995).

Agroindustri pada dasarnya mencakup kegiatan pengolahan yang sangat luas baik tahap prosesnya maupun jenisnya. Hal ini terlihat dari pengertian agroindustri yang dapat dijelaskan sebagai suatu kegiatan industri yang memanfaatkan produk primer hasil pertanian sebagai bahan bakunya untuk diolah sedemikian rupa menjadi produk baru baik yang bersifat setengah jadi maupun jadi yang dapat segera dikonsumsi. Dalam rangkaian proses transformasi dalam bentuk hasil pertanian yang masih bersifat bahan mentah menjadi produk yang mempunyai nilai tambah (Azis, 1993).

Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya agroindustri lain. Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis (dan agroindustri) pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pembangunan 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).

Setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang memadai. Tenaga kerja yang dibutuhkan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya optimal. Jumlah yang cukup bukan saja dilihat dari

tersedianya tenaga kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja perlu pula diperhatikan (Soekartawi, 1995).

Setiap organisasi apapun bentuknya senantiasa akan berupaya untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien. Efisien maupun efektifitas suatu organisasi sangat tergantung pada baik buruknya pengembangan SDM yang ada dalam organisasi tersebut (Soekartawi, 2000).

Ramuan tradisional adalah media pengobatan alamiah dengan memakai tanaman sebagai bahan bakunya. Metode ini diyakini sebagai cara pengobatan tertua yang pernah dilakukan oleh manusia. Bahkan sampai saat ini, ilmu pengobatan yang memakai tanaman obat sebagai bahan bakunya tetap mengacu pada tradisi kuno. Karena itu, ramuan ini disebut "obat tradisional". Istilah "obat" digunakan karena bahan bakunya berupa tanaman yang berkhasiat dan diyakini dapat mencegah dan mengobati berbagai serangan penyakit. Tumbuhan atau tanaman yang akan dijadikan obat adalah tanaman yang diyakini dan telah terbukti berkhasiat mengobati penyakit. Sebagai contoh, buah mengkudu telah terbukti mampu menurunkan tekanan darah tinggi karena mengandung flavonoid dan bersifat diuretik. Bagian dari tanaman yang dapat diambil untuk dijadikan ramuan sangat beragam, yaitu daun, batang, buah, kulit, biji, dan akar. Untuk itu dipilih jenis tanaman yang paling mudah diperoleh secara kontinyu dan paling cocok dengan kondisi kesehatan tubuh penderita (Zuhud, 1994).

Untuk masa sekarang, saat harga-harga melonjak tinggi, ramuan tradisional bisa dijadikan salah satu pilihan. Harga ramuan tradisional jauh lebih murah karena bahan bakunya berasal dari lingkungan di sekitar kita. Kita pun dapat menanam sendiri bahan baku obat tradisional tersebut. Cara menanamnya relatif mudah dan tidak membutuhkan halaman yang luas. Pengolahan ramuannya juga tidak terlalu rumit sehingga tidak membutuhkan peralatan khusus dan biaya yang besar. Hal ini tentu saja berbeda dengan obat-obatan medis yang telah dipatenkan. Obat-obatan itu membutuhkan peralatan canggih untuk membuatnya dan membutuhkan waktu lama untuk menjadi sebuah obat yang diakui Badan Kesehatan Dunia (WHO). Panjangnya waktu pengakuan tersebut tak lain untuk melakukan beberapa kali uji klinis sampai obat tersebut mencapai khasiat

optimum dan memiliki efek samping yang kecil. Tentu saja proses tersebut membutuhkan biaya yang sangat besar sehingga harganya menjadi mahal. Belum lagi ditambah dengan biaya produksi, biaya promosi, dan biaya pemasaran (Cipriana, 2000).

Salah satu kesulitan dalam mendiskusikan SMI (small and medium scale industries) adalah karena digunakannya definisi-definisi industri kecil yang berlainan oleh berbagai badan pemerintahan yang berbeda-beda. Menurut Bank Indonesia, industri kecil itu meliputi industri manufaktur yang asset nettonya kurang dari Rp. 100 juta. Menurut Departemen Perindustrian dan Badan Koordinasi Perencanaan Modal (BKPM) menggunakan jumlah modal yang ditanam dalam mesin, peralatan, dan gedung sebagai kriteria (kurang dari Rp. 200 juta) untuk mengklasifikasikan industri-industri tertentu sebagai industri kecil. Definisi lain, Biro Pusat Statistik (BPS) menggunakan jumlah pekerja perusahaan sebagai kriteria. Definisi yang paling sering digunakan adalah definisi Biro Pusat Statistik (Wie, 1994).

Hambatan utama dalam agroindustri adalah ketersediaan bahan baku yang tidak sesuai dengan persyaratan, produk pertanian dihasilkan secara musiman dan sangat bervariasi serta kualitas yang sangat heterogen. Hambatan lain adalah limbah agroindustri yang dihasilkan dalam jumlah besar dan tidak mudah dikendalikan serta cenderung mencemari lingkungan. Selain itu teknologi pengembangan produknya masih sangat terbatas dan lambat. Pemakaian energi untuk agroindustri cukup besar dan biaya investasinya cukup tinggi. Hambatan ini sebagian akan dapat diatasi dan diupayakan dengan pemanfaatan bioteknologi pada rantai proses tertentu (Darwis, 1996).

Menurut Lakitan (1995), kegiatan-kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian segar sebagai bahan bakunya untuk diolah menjadi berbagai jenis produk olahan disebut agroindustri. Usaha pengolahan hasil akan memberikan beberapa keuntungan, yaitu:

1. Mengurangi kerugian ekonomi akibat kerusakan hasil;
2. Meningkatkan nilai ekonomi hasil pertanian;

3. Memperpanjang masa ketersediaan hasil pertanian, baik bentuk segar maupun bentuk olahan;
4. Meningkatkan keanekaragaman produk pertanian;
5. Mempermudah penyimpanan dan pengangkutan produk pertanian.

Agroindustri merupakan bentuk industrialisasi yang mengolah produk-produk pertanian, merupakan bidang usaha yang strategis untuk dikembangkan. Bentuk strategis agroindustri adalah sebagai berikut (Soekartawi, 2000):

1. Pertumbuhan agroindustri akan menentukan perkembangan sektor pertanian;
2. Industri pengolahan yang tumbuh dengan pesat (non migas) sebagian besar merupakan produk agroindustri;
3. Ekspor non migas, komoditas pertanian dan produk olahan masih menyumbang bagian terbesar dari nilai ekspor total;
4. Industri yang bersifat sektor pertanian memiliki keterkaitan industri yang kuat dengan berbagai sektor lain;
5. Tekanan globalisasi dan persoalan lingkungan akan semakin mendorong pemilihan industri yang memiliki keunggulan komperatif berbasis pemanfaatan sumberdaya yang relatif berlimpah dan berdampak kecil terhadap lingkungan.

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

2.1.1 Teori Produksi dan Efisiensi

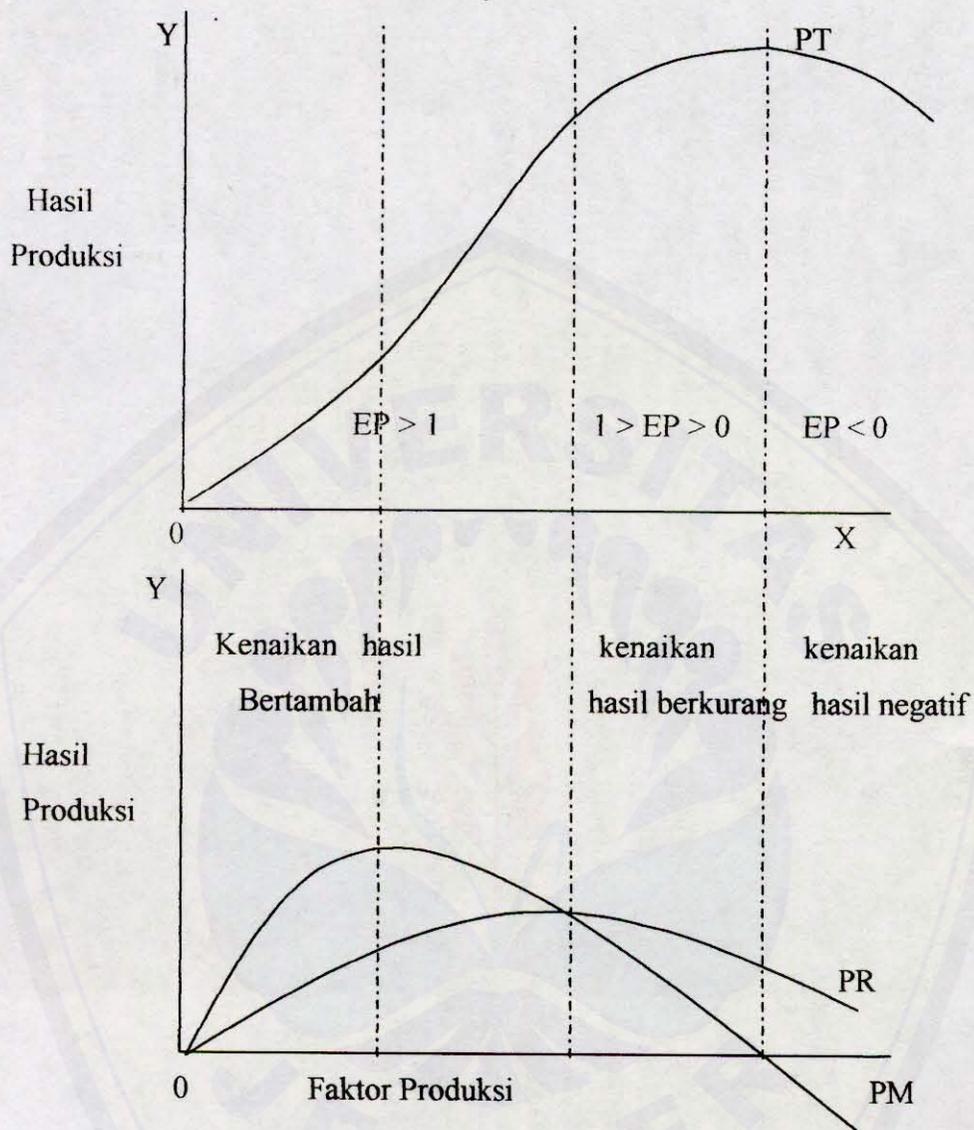
Produksi adalah segala kegiatan yang ditujukan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang. Teori produksi mempelajari tentang perilaku

produsen dalam menentukan berapa output yang akan dihasilkan dan ditawarkan pada berbagai tingkat harga sehingga keuntungan maksimal dapat dicapai. Kegiatan produksi yang mengolah atau mengerjakan alam untuk mendapat hasil disebut produksi agraris (Poli, 1992).

Didalam melakukan produksi membutuhkan sumberdaya atau faktor produksi yang dapat menunjang dilaksanakannya produksi. Yang dimaksud dengan faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada suatu komoditas agar mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Dengan demikian faktor produksi sangat menentukan besar kecilnya produksi yang diperoleh (Soekartawi, 1995).

Hubungan antara faktor produksi (input) dengan produksi (output) disebut dengan fungsi produksi. Dalam teori ekonomi mengambil satu asumsi dasar mengenai sifat dari fungsi produksi, yaitu fungsi produksi dari semua produksi dimana semua produsen dianggap tunduk pada suatu hukum yang disebut dengan *The Law of Diminishing Return*. Hukum ini mengatakan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input yang lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap satu unit input yang ditambahkan tadi mula-mula naik, tetapi kemudian seterusnya menurun bila input tersebut terus ditambah (Boediono, 1992).

Menurut Mubyarto (1995), hukum ini dapat menganalisa peranan masing-masing faktor produksi dengan menganggap bahwa salah satu dari faktor produksi dianggap berubah-ubah sedangkan faktor produksi lainnya dianggap konstan. Asumsi ini berlaku bagi semua faktor produksi. Hubungan antara input dan output secara terperinci dapat ditunjukkan pada Gambar 1 yang berhubungan dengan hukum kenaikan hasil yang bertambah dan kenaikan hasil yang berkurang.



Gambar 1. Kurva Fungsi Produksi

Pada Gambar 1. Disajikan mengenai hubungan antara hasil produksi dengan faktor produksi yang berkaitan dengan elastisitas produksi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Daerah I (*irrational region*)

Pada daerah ini $E_p > 1$, berarti penambahan faktor produksi sebesar 1% akan menyebabkan penambahan produk yang selalu lebih besar dari 1%. Pada daerah ini PT dan PR naik terus, jadi dimanapun dalam daerah ini belum akan

mencapai pendapatan maksimal, karena pendapatan itu masih dapat diperbesar. Disini produsen masih mampu meningkatkan output dengan penambahan sejumlah input.

2. Daerah II (*rational region*).

Pada daerah ini E_p terletak antara nol dan satu ($0 < E_p < 1$). Penambahan faktor produksi sebesar 1% akan menyebabkan penambahan produk paling tinggi 1% dan paling rendah 0%. Pada daerah ini tambahan sejumlah input tidak diimbangi secara proporsional oleh tambahan output yang diperoleh, dimana pada sejumlah input yang diberikan, maka PT tetap naik dan dicapai pendapatan maksimal, pada suatu titik yang letaknya bergantung pada ratio harga input – output.

3. Daerah III (*irrational region*).

Pada daerah ini $E_p < 0$ sampai $E_p = 0$, berarti setiap penambahan faktor produksi akan menyebabkan pengurangan produk, jadi penambahan faktor produksi pada daerah ini akan mengurangi pendapatan. Dalam artian setiap upaya untuk menambah sejumlah input akan merugikan produsen yang bersangkutan.

Prinsip optimalisasi penggunaan faktor produksi pada prinsipnya adalah bagaimana menggunakan faktor-faktor produksi seefisien mungkin. Dalam terminologi ilmu ekonomi, pengertian efisiensi dapat digolongkan menjadi tiga macam yaitu efisiensi teknis, efisiensi alokatif (efisiensi harga) dan efisiensi ekonomi. Suatu penggunaan faktor produksi dikatakan efisiensi secara teknis (efisiensi teknis) bila faktor produksi yang digunakan menghasilkan produksi yang maksimum. Apabila produsen memperoleh keuntungan besar dari kegiatan usahanya, misalnya karena pengaruh harga, maka produsen tersebut dapat dikatakan mengalokasikan faktor produksinya secara efisiensi harga. Selanjutnya dikatakan efisiensi ekonomi usaha yang dilakukan produsen mencapai efisiensi teknis dan sekaligus juga mencapai efisiensi harga (Soekartawi, 1995).

Ilmu ekonomi produksi berminat untuk mempelajari apakah kenaikan hasil produksi itu dengan laju yang menaik, konstan atau menurun. Jika laju kenaikan itu menaik maka peristiwa itu disebut efisiensi skala produksi yang menaik dan

kalau efisiensi skala kenaikan hasil produksi hanya sebanding atau tetap sama dengan hasil sebelumnya maka ini berarti efisiensi skala produksi adalah tetap, sedangkan kalau kenaikan hasil produksi menurun disebut efisiensi skala produksi yang menurun (Mubyarto, 1995).

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dijual, dinyatakan dengan persen. Juga dijumpai beberapa pengertian lain yaitu efisiensi teknis, efisiensi harga, dan efisiensi ekonomis. Beberapa variabel yang diperlukan untuk mengukur efisiensi ini adalah sebagai berikut (Soekartawi, 1995):

1. Efisiensi alokatif atau efisiensi harga
 - Hubungan antara biaya dan harga
 - Opportunity cost dari pemasaran
2. Efisiensi teknis
 - Hubungan input dan output
 - Tingkat teknologi yang dipakai
3. Efisiensi operasional
 - Biaya produksi
 - Biaya minimum dan produksi pada tiap kualitas produk
4. Pemerataan dan stabilitas dari penerimaan
 - Minimisasi dari harga dan risiko yang tidak dikehendaki
 - Minimisasi dari biaya-biaya yang tidak semestinya dikeluarkan
5. Kompetisi organisasi pasar
 - Menghindari bentuk-bentuk pasar yang ber-oligopoli dan monopoli
 - Mendukung bentuk pasar yang telah ada
6. Limbah Produk
 - Menghindari pencemaran
 - Menghindarkan pengaruh serangga atau hama lain yang mengganggu kualitas dan kuantitas produk
7. Koordinasi dari sistem
 - Koordinasi sistem informasi
 - Koordinasi sistem infrastruktur

2.1.2 Teori Biaya dan Pendapatan

Biaya produksi merupakan pengeluaran selama proses produksi meliputi pengeluaran yang dilakukan untuk faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi. Biaya produksi dapat dibedakan menjadi dua golongan yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi. Biaya total merupakan penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut: (Soeratno, 1993).

$$TC = TFC + TVC$$

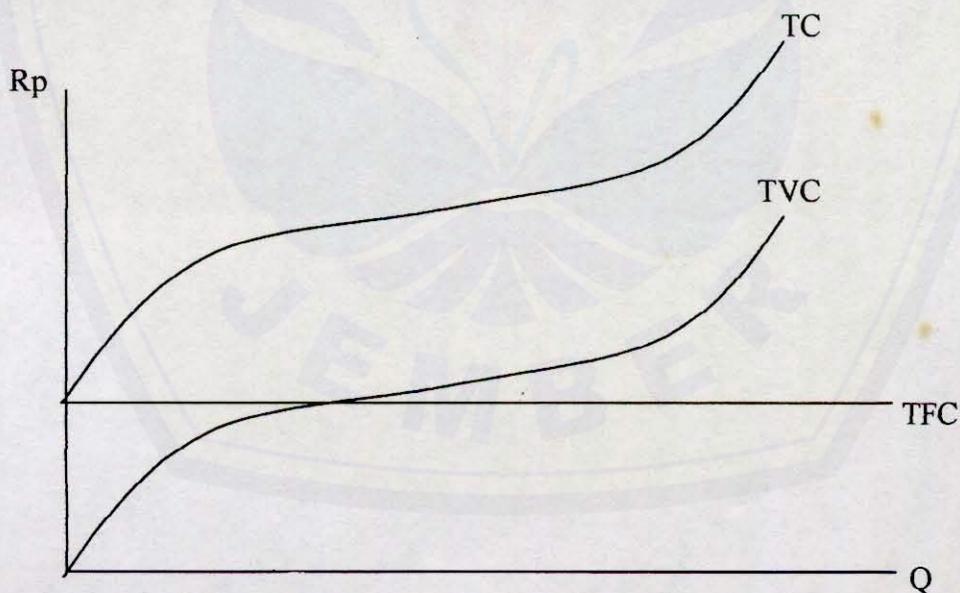
Keterangan :

TC = total biaya (total cost)

TFC = total biaya tetap (total fixed cost)

TVC = total biaya variabel (total variabel cost)

Kurva biaya-biaya untuk fungsi produksi dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kurva Biaya Produksi

Bentuk kurva TC sama dengan bentuk kurva TVC, sebab apa yang digambarkan sebagai kurva TC itu tidak lebih dan tidak kurang daripada kurva TVC yang bergeser keatas. Pergeseran itu adalah sebesar biaya tetap yang ada.

Sehingga selisih antara biaya tetap dan variabel untuk setiap tingkat outputnya adalah sebesar biaya tetap (Rosyidi, 1991).

Yang lebih penting bagi produsen adalah biaya batas yaitu tambahan biaya yang harus dikeluarkan petani untuk menghasilkan suatu kesatuan tambahan hasil produksi. Atau dari sudut lain dapat dikatakan pendapatan marginal yaitu tambahan pendapatan yang didapat dengan penambahan satu kesatuan biaya. Tambahan biaya produksi disini tidak meliputi semua faktor tetapi salah satu faktor produksi saja sedangkan faktor-faktor produksi lain tidak berubah. Biaya rata-rata tidak lain adalah pembagian seluruh biaya dengan jumlah produksi. Biaya rata-rata akan selalu turun kalau biaya-biaya marginal nilainya melebihi biaya rata-rata itu sendiri akan mulai naik, walaupun tidak secepat naiknya kurva biaya marginal. Ingat bahwa biaya marginal hanya mengenai satu unit tambahan, padahal biaya rata-rata mengenai seluruh unit produksi (Mubyarto, 1995).

Untuk mengetahui efisiensi biaya suatu agroindustri, dilakukan melalui analisis R/C ratio. R/C ratio merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Semakin besar R/C ratio maka akan semakin besar pula keuntungan yang diperoleh produsen. Hal ini dapat dicapai apabila produsen mengalokasikan faktor produksi dengan lebih efisien.

Berusahatani sebagai suatu kegiatan untuk memperoleh produksi dilapangan pertanian pada akhirnya akan dinilai dari biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. Total penerimaan diperoleh dari produksi fisik dikalikan dengan harga produksi, sedangkan total pendapatan diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya (Soekartawi, 1995).

Banyak kekeliruan pengertian dalam mengartikan antara beberapa istilah yang digunakan yang berkaitan dengan pendapatan agroindustri. Istilah yang digunakan untuk semua benda milik yang mempunyai nilai uang yang dimiliki secara syah oleh produsen biasanya disebut asset atau *resources*. Untuk keperluan analisis asset ini dibedakan dalam tiga istilah pokok (Hernanto, 1996):

1. Yang dikelompokkan dalam asset tetap, adalah semua benda milik produsen yang tidak mungkin diuangkan (tanah, bangunan, pagar, dll).

2. Yang dikelompokkan dalam asset operasional, adalah semua benda yang mudah diuangkan (bahan baku, alat produksi, dll).
3. Yang dikelompokkan benda yang mudah diuangkan dalam tahun produksi, misalnya hasil produksi, uang tunai, dll.

Untuk keperluan analisa pendapatan produsen diperlukan empat unsur, yaitu (Hernanto, 1996):

1. Rata-rata inventaris
2. Penerimaan produksi
3. Pengeluaran produksi
4. Penerimaan dari berbagai sumber.

Dengan memperhatikan pengertian yang telah disebut di atas, diharapkan dapat dikembangkan analisa terhadap pendapatan produsen. Hal ini penting kaitannya dengan tujuan yang hendak dicapai, demikian juga bagi mereka yang berkepentingan dengan produksi dengan berbagai pertimbangan dan motivasinya. Penerimaan agroindustri atau pendapatannya akan mendorong produsen untuk dapat mengalokasikannya dalam berbagai kegunaan seperti untuk biaya produksi periode selanjutnya, tabungan, dan pengeluaran lain untuk memenuhi kebutuhan.

2.1.3 Teori Analisis SWOT dan Regresi

Analisis lingkungan adalah proses awal dalam manajemen strategi yang bertujuan untuk memantau lingkungan suatu usaha. Secara garis besar analisis lingkungan mencakup analisis mengenai lingkungan eksternal dan lingkungan internal suatu usaha. Hasil dari analisis lingkungan setidaknya akan memberikan gambaran tentang keadaan suatu usaha yang biasanya disederhanakan dengan memotret SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimilikinya. Analisis eksternal akan memberikan gambaran tentang peluang dan ancaman (OT) sedangkan analisis internal akan memberikan gambaran tentang keunggulan dan kelemahan (SW) dari usaha tersebut (Rangkuti, 2002).

Analisis SWOT merupakan suatu metode untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap suatu usaha. Analisis ini menyajikan gambaran posisi suatu usaha dalam bentuk profile kesempatan dan tantangan lingkungan serta profile

keuntungan strategi. Profil kesempatan dan tantangan lingkungan menggambarkan lingkungan eksternal berupa dukungan maupun ancaman, sedangkan profil keuntungan strategi adalah suatu evaluasi secara sistematis faktor-faktor keuntungan strategi usaha dengan cara menentukan penimbang setiap faktor penting untuk didalam lingkungan internal suatu usaha (Supriyono, 1990).

Menurut Rangkuti (2002), setiap kegiatan usaha yang dilakukan akan selalu menghadapi kendala, baik itu yang bersifat internal maupun yang eksternal, untuk meminimalkan dampak dari dua faktor tersebut, terutama yang bersifat merugikan digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan yang diambil oleh pihak pelaku usaha. Dengan demikian rencana yang strategis harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).

Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data, pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data eksternal dan data internal. Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan seperti analisis pasar, analisis kompetitor, dan lain-lain, sedangkan data internal dapat diperoleh di dalam perusahaan itu sendiri, seperti laporan keuangan, kegiatan operasional dan kegiatan pemasaran.
2. Tahap analisis, yaitu memanfaatkan semua informasi dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Model yang dapat dipergunakan adalah Matrik SWOT, Matrik BCG, Matrik Internal Eksternal, Matrik Space, dan Matrik Grand Strategy.
3. Tahap pengambilan keputusan, yaitu dengan Matrik Perencanaan Strategis Kuantitatif.

Menurut Wibowo (2000), pada model regresi linier berganda terdapat lebih dari satu variabel bebas. Mengingat jumlah variabel bebas lebih dari satu, maka pemahaman model regresi linier berganda tersebut akan lebih mudah jika dituliskan dalam bentuk matrik. Teknik analisa untuk menduga parameter-parameter di dalam suatu model regresi tersebut dilakukan juga dengan penaksiran metoda kuadrat terkecil biasa (Ordinary Least Square Methods = OLS). Metode ini menduga persamaan regresi dengan cara meminimalkan jumlah kuadrat dari pengganggu, sehingga akan diperoleh fungsi regresi dugaan yang memberikan kesalahan terkecil (paling mewakili) terhadap fungsi regresi populasinya. Penyimpangan asumsi dalam regresi meliputi empat masalah pokok:

1. Heteroskedastisitas adalah suatu bentuk penyimpangan: jika variasi dari pengganggu tidak sama pada data pengamatan yang satu terhadap data pengamatan yang lain.
2. Autokorelasi merupakan gangguan pada suatu fungsi regresi yang berupa korelasi antar faktor pengganggu.
3. Ketidaknormalan artinya distribusi normal dari variabel independent dan variabel dependent tidak tercapai.
4. Multikolinieritas adalah gangguan pada suatu fungsi regresi yang merupakan korelasi yang erat diantara variabel bebas yang diikutsertakan pada model regresi. Ciri dari multikolinieritas antara lain:
 - Nilai koefisien determinasi (R^2) yang sangat tinggi.
 - Nilai F hitung yang sangat tinggi.
 - Nilai koefisien korelasi sederhana diantara variabel bebas relatif besar (misal $> [0,8]$).

Menurut Wibowo (2000), penanggulangan dari multikolinieritas ada beberapa cara, yaitu:

1. Cara preventif yang sederhana dilakukan adalah dengan mempersiapkan contoh data yang cukup besar sehingga dapat mereduksi kemungkinan terjadinya gangguan multikolinieritas yang serius diantara variabel bebas. Semakin sedikit contoh cenderung akan meningkatkan gangguan.

2. Mengeluarkan salah satu dari dua variabel bebas yang memiliki nilai korelasi sederhana yang relatif lebih tinggi.
3. Menganalisa ulang model regresi yang sama, akan tetapi dengan nilai variabel yang telah ditransformasikan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Membicarakan pembangunan industri tentunya tidak saja ditujukan hanya kepada industri-industri besar dan sedang, tetapi perhatian yang sepadan harus pula diarahkan kepada industri-industri kecil / rumah tangga, sebab pada kenyataannya industri jenis ini masih sangat diperlukan sampai waktu tidak tentu untuk memberikan kesempatan kerja sekaligus pemerataan pendapatan (Prayitno, 1985).

Pembangunan ketenagakerjaan dalam rangka menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran serta pengembangan sumberdaya manusia diarahkan pada tenaga profesional yang mandiri, beretos kerja tinggi dan produktif. Pembangunan ketenagakerjaan merupakan upaya menyeluruh dan ditujukan pada peningkatan, pembentukan dan pengembangan tenaga kerja yang berkualitas, produktif, efisien, efektif dan berjiwa wirausaha, sehingga mampu mengisi, menciptakan dan memperluas lapangan kerja serta kesempatan berusaha (Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang, 1993).

Agroindustri merupakan salah satu kegiatan industri yang memanfaatkan produk primer hasil pertanian sebagai bahan baku untuk diolah sedemikian rupa sehingga menjadi produk baru, baik yang 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).

Peningkatan produksi dalam agroindustri sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi, yaitu tanah, tenaga kerja dan modal. Kegiatan agroindustri terutama dalam proses produksi sangat dipengaruhi oleh faktor tenaga kerja, maka tenaga kerja memiliki peranan yang sangat penting. Syarat penggunaan efisiensi tenaga kerja guna mendukung kegiatan agroindustri yang berkembang antara lain:

persediaan lahan kegiatan produksi, alat dan mesin yang cukup mendukung, ilmu pengetahuan dan teknologi serta manajemen perusahaan yang superior (Mubyarto, 1995).

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 ingin 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).

Menurut Zuhud (1994), dalam masyarakat dapat dibedakan menjadi tiga kelompok masyarakat berdasarkan intensitas pemanfaatan tanaman obat:

- a. Kelompok pertama; masyarakat asli yang hanya menggunakan pengobatan tradisional, umumnya tinggal di pedesaan atau daerah terpencil yang tidak memiliki sarana dan prasarana kesehatan;
- b. Kelompok kedua; kelompok masyarakat yang menggunakan pengobatan tradisional dalam skala keluarga, kelompok ini tinggal di pedesaan yang memiliki sarana dan prasarana kesehatan yang terbatas;
- c. Kelompok ketiga; kelompok industriawan obat tradisional. Kelompok ini berkembang pesat dalam sepuluh tahun terakhir setelah pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendorong perkembangan obat tradisional atau jamu.

Perkembangan pemanfaatan obat tradisional di Indonesia dan luar negeri menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Terlihat dari peningkatan maupun ragam jamu atau obat tradisional yang dihasilkan oleh industri jamu semakin meningkat.

Penggunaan jamu, selain dimaksudkan untuk tujuan pemeliharaan dan peningkatan keindahan tubuh, selama ini juga digunakan masyarakat dalam upaya kesehatan. Walaupun hanya sebagian saja tanaman obat yang telah dibuktikan khasiat kegunaannya, tetapi dari pengalaman penggunaan yang telah turun-

temurun telah banyak bukti khasiat kegunaannya. Dengan demikian produsen akan memperoleh tingkat pendapatan dari agroindustri jamu.

Tingkat keberhasilan agroindustri tanaman obat dapat dilihat dari efisiensi penggunaan biaya produksinya. Efisiensi biaya agroindustri tanaman obat menggunakan analisa R/C ratio membandingkan antara total penerimaan (pendapatan kotor) dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksinya. Nilai R/C ratio pada agroindustri tanaman obat di desa Curahnongko mempunyai nilai R/C ratio lebih dari satu, berarti biaya produksi agroindustri adalah efisien (Cipriana, 2000).

Tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri jamu menggunakan analisa R/C ratio (*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 ratio lebih besar dari satu dan jika nilai R/C ratio kurang atau sama dengan satu, maka biaya usaha yang digunakan tidak efisien. Agroindustri jamu merupakan agroindustri yang memproduksi produk jamu yang merupakan hasil pengolahan tanaman obat yang harganya relatif murah dengan menggunakan perlengkapan produksi harganya relatif murah, tahan lama, bilamana ada kerusakan mudah diperbaiki, dapat menghasilkan produk jamu yang memenuhi syarat mutu, khasiat dan keamanannya. Dengan demikian harga jamu cukup tinggi, karena memiliki nilai tambah yang tinggi. Sehingga nilai R/C ratio pada agroindustri jamu lebih dari satu, berarti biaya produksi agroindustri jamu adalah efisien.

Berdasarkan hasil penelitian Alfianto (2003), faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha jamu adalah biaya bahan baku, biaya pemasaran, biaya pelengkap dan tenaga kerja.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha jamu adalah biaya bahan baku yaitu biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan-bahan jamu seperti merica bolong, jahe, ramuan gajah, sintok, dan lain-lain. Besarnya biaya bahan baku akan mempengaruhi terhadap pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan. Dimana semakin besar biaya bahan baku yang dikeluarkan maka pendapatan yang diterima oleh perusahaan jamu akan semakin kecil, demikian

pula sebaliknya dengan semakin kecil biaya bahan baku yang dikeluarkan maka pendapatan perusahaan akan semakin besar.

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengemas produk yang akan dipasarkan sehingga dapat lebih menarik konsumen, biaya untuk promosi produk dan biaya untuk mengangkut hasil produksi jamu agar sampai ke tangan konsumen secepat mungkin. Semakin jauh daerah pasar dari perusahaan maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan untuk pendistribusian produk jamu ke tangan konsumen. Besar kecilnya biaya pemasaran yang harus dikeluarkan akan mempengaruhi terhadap pendapatan yang diterima perusahaan, dimana semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan maka semakin kecil pendapatan perusahaan, demikian pula sebaliknya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah biaya peralatan yaitu biaya yang dikeluarkan untuk investasi peralatan yang digunakan untuk memproduksi jamu. Semakin banyak peralatan yang digunakan maka biaya yang digunakan akan relatif tinggi, hal tersebut harus disesuaikan dengan volume produk yang dihasilkan sehingga pendapatan yang diperoleh akan cenderung tinggi.

Faktor lain yang juga mempengaruhi pendapatan perusahaan jamu adalah biaya tenaga kerja dan harga produk yang dijual. Semakin banyak tenaga kerja yang digunakan maka biaya yang dikeluarkan akan semakin besar sehingga akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Demikian juga dengan harga produk, jika harga yang ditawarkan kepada konsumen relatif lebih murah dibandingkan produk lain maka konsumen lebih condong untuk membeli produk tersebut sehingga akan meningkatkan pendapatan dan sebaliknya.

Kegiatan pemasaran sangat diperlukan perusahaan untuk memasarkan produknya agar volume penjualan dapat meningkat. Dalam upaya memasarkan hasil produknya agroindustri jamu Tawon Klanceng menggunakan kombinasi saluran pemasaran secara langsung dari perusahaan ke konsumen, dan saluran pemasaran dari perusahaan ke pengecer kemudian konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Alfianto (2003), distribusi saluran pemasaran secara langsung dari

perusahaan ke konsumen lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran jamu dari produsen, pengecer ke konsumen.

- Usaha untuk mengadakan peramalan tentang prospek agroindustri jamu dilakukan untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, ancaman sekaligus tantangan perusahaan di dalam memasuki lingkungan industri maupun lingkungan makro. Menurut Mulyadi (2001) analisis ini dikenal dengan istilah SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Faktor-faktor internal dari agroindustri jamu Tawon Klanceng antara lain kualitas tenaga kerja, rekrutmen tenaga kerja, komposisi kandungan, kualitas produk, lokasi usaha, penetapan harga dan lainnya. Sedangkan faktor eksternal meliputi pola konsumsi masyarakat, sasaran pemasaran, kebijaksanaan pemerintah, selera konsumen, persaingan antar pelaku agroindustri jamu dan lainnya.

Berdasarkan penelitian Alfianto (2003) prospek agroindustri jamu adalah baik. Penggunaan jamu, selama ini telah digunakan masyarakat dalam upaya kesehatan preventif, kuratif dan promosi. Agroindustri jamu Tawon Klanceng cukup modern dalam hal peralatan, pengolahan dan pengemasan sehingga dapat diperoleh jamu yang nilai ekonomisnya tinggi. Oleh sebab itu agroindustri jamu Tawon Klanceng memang benar-benar prospektif untuk diusahakan.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan kerangka pemikiran maka dapat disusun beberapa hipotesis sebagai berikut:

1. Tingkat penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah efisien.
2. Faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi pendapatan usaha jamu Tawon Klanceng adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya pemasaran yang terdiri dari biaya kemasan dan promosi, biaya peralatan dan harga produk.
3. Pemasaran hasil pada agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah efisien.
4. Prospek agroindustri usaha jamu Tawon Klanceng adalah baik.



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) di agroindustri jamu Tawon Klanceng pada UD. Putri Kinasih di Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi, Propinsi Jawa Timur. Penentuan tempat penelitian tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa UD. Putri Kinasih merupakan salah satu agroindustri yang memproduksi jamu di Kabupaten Banyuwangi dan memiliki potensi besar untuk berkembang.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan korelasional. Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena untuk mendapatkan kebenaran.

Sedangkan metode korelasional adalah kelanjutan dari metode deskriptif yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel-variabel yang diteliti (Nasir, 1999).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer yaitu melakukan wawancara langsung dengan responden.
2. Data sekunder yaitu mendapatkan data-data melalui instansi-instansi yang terkait yaitu Disperindag (Dinas Perindustrian dan Perdagangan).

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji permasalahan pertama, mengenai efisiensi penggunaan biaya produksi maka digunakan analisa R/C ratio dengan formulasi sebagai berikut (Soekartawi, 1995):

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

Keterangan:

TR = total penerimaan (rupiah)

TC = total biaya (rupiah)

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. $\text{R/C ratio} > 1$, maka penggunaan biaya produksi jamu adalah efisien
 - b. $\text{R/C ratio} \leq 1$, maka penggunaan biaya produksi jamu adalah tidak efisien
2. Untuk menguji hipotesis kedua, mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan usaha jamu maka digunakan Uji Regresi Linier Berganda dengan menggunakan formulasi berikut (Wibowo, 2000):

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + \dots + b_nx_n + e$$

Aplikasi dari formulasi tersebut untuk penelitian agroindustri jamu adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7$$

Keterangan:

Y = pendapatan (per bulan)

a = konstanta

b_{1-7} = koefisien regresi

x_1 = biaya bahan baku (Rp)

x_2 = biaya tenaga kerja (Rp)

x_3 = biaya kemasan (Rp)

x_4 = biaya promosi (Rp)

x_5 = biaya peralatan (Rp)

x_6 = harga produk (Rp)

x_7 = produksi (Doz)

e = error

Untuk menguji apakah keseluruhan variabel independen memberikan pengaruh pada variabel dependen digunakan uji-F dengan formulasi sebagai berikut:

$$F\text{-hitung} = \frac{\text{Kuadrat Tengah Regresi}}{\text{Kuadrat Tengah Sisa}}$$

Kriteria pengambilan keputusan :

1. $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ ($\alpha = 5 \%$), maka menerima H_0 , berarti keseluruhan variabel independen tidak memberikan pengaruh pada pendapatan (variabel dependen)
2. $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($\alpha = 5 \%$), maka menolak H_0 berarti keseluruhan variabel independen memberikan pengaruh pada pendapatan (variabel dependen)

Apabila dalam pengujian $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dengan taraf kepercayaan 95%, maka dilanjutkan dengan uji-t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan formulasi sebagai berikut:

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i}{Sb_i} \quad Sb_i = \sqrt{\frac{\text{Jumlah Kuadrat Sisa}}{X_i^2}}$$

Keterangan:

b_i = koefisien regresi

Sb_i = standart deviasi

Kriteria pengambilan keputusan :

1. $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ ($\alpha = 5 \%$), maka faktor-faktor bebas di dalam model memberikan pengaruh yang tidak nyata pada pendapatan (H_0 diterima)
2. $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($\alpha = 5 \%$), maka faktor-faktor bebas di dalam model memberikan pengaruh yang nyata pada pendapatan (H_0 ditolak)

Selanjutnya untuk menguji seberapa jauh jauh variabel Y yang disebabkan oleh variasi variabel x , maka dihitung nilai koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\text{Jumlah Kuadrat Regresi}}{\text{Jumlah Kuadrat Total}} \quad \text{Nilai } R^2 \text{ berkisar } 0 \leq R^2 \leq 1$$

3. Untuk menguji permasalahan ketiga, mengenai efisiensi pemasaran, maka digunakan rumus efisiensi pemasaran dengan formulasi sebagai berikut (Soekartawi, 1989) :

$$EP = (TB / TNP) \times 100\%$$

Keterangan :

EP = Efisiensi pemasaran (%)

TB = Biaya pemasaran (Rp)

TNP = Nilai produk yang dijual (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan :

1. EP sebesar 0 – 50 % maka proses pemasaran efisien.
2. EP > 50 % maka proses pemasaran kurang efisien hingga tidak efisien.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran.

4. Untuk menguji hipotesis keempat mengenai prospek pengembangan agroindustri jamu digunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Menurut Rangkuti (2002), analisis SWOT terdiri dari analisis strategi internal dan eksternal seperti Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Analisis Faktor Internal (Internal Factor Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)	Komentar
Kekuatan, antara lain:				
1. Kualitas TK relatif tinggi				
2. Rekrutmen TK mudah				
3. Kualitas produk terjamin				
4. Harga bersaing				
Kelemahan, antara lain:				
1. Tidak ada kemitraan				
2. Kurangnya promosi				
3. Bahan baku dari luar daerah				
Total				

Tabel 2. Analisis Faktor eksternal (Eksternal Factor Analysis Summary / EFAS)

Faktor-Faktor Strategi eksternal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)	Komentar
Peluang, antara lain:				
1. Daerah pemasaran relatif luas				
2. Sasaran pemasaran jelas				
3. Diversifikasi produk				
4. Kebijakan pemerintah				
Ancaman, antara lain:				
1. Pesaing usaha				
2. Produk asli tapi palsu				
3. Perubahan selera konsumen				
4. Teknologi baru				
Total				

Pemberian nilai bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala:

* Paling Penting = 1,0

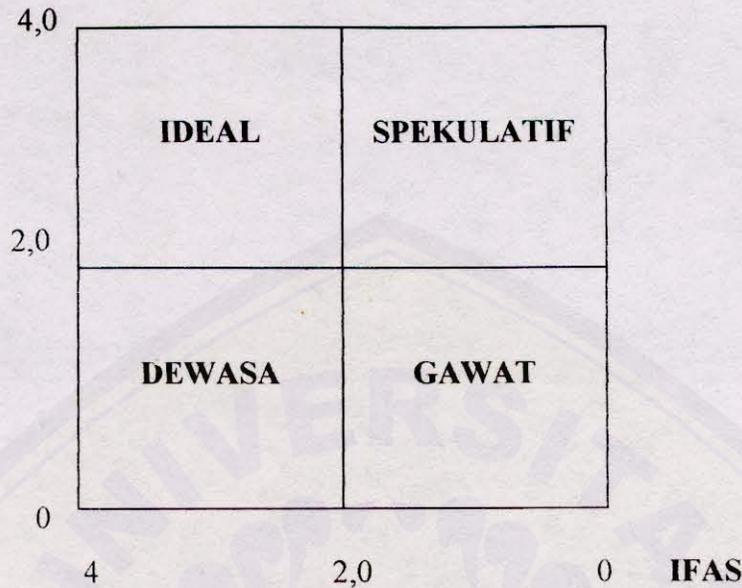
* Tidak Penting = 0,0 dan bobot total 1,0

Rating untuk masing-masing faktor kekuatan bersifat positif (kekuatan yang semakin baik diberi nilai +4, tetapi jika kekuatannya tidak baik diberi rating +1). Pemberian nilai rating kelemahan adalah kebalikannya (kelemahan yang semakin besar diberi rating +1, tetapi jika kelemahannya sedikit diberi rating +4).

Rating untuk masing-masing faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi nilai +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1).

Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya (ancaman yang semakin besar diberi rating +1, tetapi jika ancamannya sedikit diberi rating +4).

Matrik analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi yang terbaik pada suatu usaha, yang ditunjukkan dalam gambar 3.

EFAS

Gambar 3. Matrik Kompetitif Relatif

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Ideal (Bidang Kuat-Berpeluang), yaitu bidang usaha yang memiliki peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya. Pada daerah ini, agroindustri jamu menghadapi beberapa peluang lingkungan dan banyak kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang-peluang tersebut.
2. Spekulatif (Bidang Lemah-Berpeluang), yaitu bidang usaha yang memiliki peluang pasar yang prospektif, namun tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya. Pada daerah ini, agroindustri jamu menghadapi beberapa peluang tetapi dikendalai oleh kelemahan-kelemahan intern.
3. Dewasa (Bidang Kuat-Terancam), yaitu bidang usaha yang cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, namun peluang pasar sangat mengancam. Di daerah ini agroindustri jamu memiliki kekuatan-kekuatan tertentu menghadapi lingkungan yang tidak menguntungkan.

4. Gawat (Bidang Lemah-Terancam), yaitu bidang usaha yang tidak memiliki peluang pasar dan tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya. Pada daerah ini agroindustri jamu menghadapi ancaman lingkungan yang besar, sementara posisinya relatif lemah.

Kemudian untuk melihat strategi yang diterapkan perusahaan digunakan matrik internal eksternal (Rangkuti, 2002) seperti gambar 4.

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

Gambar 4. 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 (Petumbuhan), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui diversifikasi konglomerat.
9. Daerah IX (Likuidasi), strategi yang tepat diterapkan adalah strategi likuidasi atau bangkrut.

3.5 Terminologi

1. Kajian ekonomis adalah suatu kegiatan mempelajari dan menganalisis secara lebih mendalam terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah efisiensi biaya dan pendapatan pada agroindustri jamu.
2. Simplisia adalah jenis tanaman obat tertentu yang merupakan bahan baku agroindustri jamu dalam satuan kilogram.
3. Produksi adalah total hasil yang dicapai pada saat penelitian dilakukan (dos).
4. Harga jamu adalah nilai penjualan jamu dalam satuan dos yang dinyatakan dalam rupiah pada saat penelitian dilakukan (dos / Rp).
5. Penerimaan adalah hasil produksi jamu dikalikan dengan harga yang berlaku (Rp).
6. Pendapatan bersih adalah nilai hasil yang diterima perusahaan jamu dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan (Rp).
7. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung, baik itu biaya tetap dan biaya variabel (Rp).

8. Biaya tetap adalah biaya yang konstan besarnya dan tidak terpengaruh oleh volume produk. Macam biaya tetap adalah biaya sewa tempat, pajak usaha, biaya untuk ijin usaha dan biaya peralatan (Rp).
9. Biaya variabel adalah total biaya yang mengalami perubahan, dimana perubahan yang terjadi searah dan sebanding dengan perubahan volume produk. Macam biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya kemasan dan biaya promosi (Rp).
10. Biaya lain-lain adalah biaya untuk pembayaran listrik, telepon dan sumbangan-sumbangan tak terduga (Rp).
11. Efisiensi biaya produksi adalah perbandingan penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan dalam agroindustri jamu.
12. Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi jamu untuk menghasilkan produk (kg).
13. Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku jamu (Rp).
14. Biaya tenaga kerja adalah total biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran tenaga kerja selama proses pembuatan jamu berlangsung (Rp).
15. Biaya pemasaran adalah total biaya yang dikeluarkan termasuk didalamnya biaya kemasan dan biaya promosi (Rp).

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Efisiensi Biaya Produksi Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Tingkat efisiensi yang dimaksud disini adalah tingkat perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri jamu Tawon Klanceng selama proses produksi. Analisa efisiensi biaya digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi finansial suatu agroindustri. Analisa ini dilakukan untuk mengetahui berapa besarnya penerimaan yang akan diperoleh dari setiap satuan penggunaan biaya produksi.

Tingkat efisiensi penggunaan biaya pada agroindustri jamu Tawon Klanceng dapat diketahui dengan membandingkan total penerimaan yang diperoleh dengan total biaya produksi selama proses produksi yang berlangsung selama delapan hari. Agroindustri dikatakan efisien jika perbandingan anantara pendapatan kotor dengan total biaya produksi lebih dari satu dan dikatakan tidak efisien jika hasil perbandingan kurang dari satu. Hasil yang diperoleh dari analisa R/C ratio pada agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi-Banyuwangi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis R/C ratio pada agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi Tahun 2001-2003

Tahun	Jumlah Bulan	Rata-rata Penerimaan (Rp/Bln)	Rata-rata Biaya (Rp/Bln)	R/C Ratio
2001/2002	10	40990000	32282748.8	1,33
2002/2003	10	56330000	34565555	1,63

Sumber : Lampiran 3 dan 4

Tabel diatas menunjukkan bahwa penggunaan biaya pada masing-masing tahun dapat dikatakan efisien karena nilai R/C ratio > 1. Untuk tahun 2001/2002, nilai R/C ratio sebesar 1,33. Hal ini mempunyai arti bahwa setiap biaya sebesar Rp. 1,- yang diinvestasikan pada agroindustri jamu Tawon Klanceng dapat menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 1,33,- dengan keuntungan bersih sebesar Rp. 0,33,- per bulan. Pada tahun 2002/2003, nilai R/C ratio sebesar 1,63. Hal ini menunjukkan bahwa setiap biaya sebesar Rp. 1,- yang diinvestasikan dapat

menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 1,63,- dengan keuntungan bersih sebesar Rp. 0,63,- per bulan.

Nilai R/C ratio tersebut menunjukkan bahwa dari tahun pertama ke tahun kedua biaya agroindustri semakin efisien. Hal tersebut disebabkan pada tahun kedua agroindustri jamu Tawon Klanceng mendapatkan banyak order dari agen-agen terutama di daerah Jawa Barat dan di luar Jawa. Ini dikarenakan agroindustri jamu Tawon Klanceng berupaya menjaga kualitas produknya dengan cara kontrol langsung oleh pemilik perusahaan pada setiap tahapan proses produksinya terutama mengenai proses pemasakan dan didukung dengan strategi pemasaran yaitu personal selling yang berkelanjutan dan kontinyu. Personal selling disini berarti bagian pemasaran melakukan safari / kunjungan ke agen-agen yang menjadi daerah pemasaran secara rutin untuk menjalin hubungan yang lebih baik dan nantinya dapat memperluas jaringan pemasarannya ke sub agen yang lebih kecil. Juga dengan adanya penambahan tenaga kerja, bahan baku dan peralatan sehingga volume produksi akan lebih besar dan dapat melayani jumlah permintaan yang semakin besar.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa agroindustri jamu Tawon Klanceng telah memperoleh keuntungan. Hal ini dapat diketahui dari efisiensi biaya yang telah dicapai. Semakin tinggi efisiensi biaya maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh.

5.2 Faktor-Faktor Ekonomi Yang Mempengaruhi Pendapatan Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Perhitungan pada data sekunder dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat olah data statistik SPSS diperoleh persamaan regresi (lampiran 5) dengan X1 sebagai variabel bebas menunjukkan biaya bahan baku; X2 biaya tenaga kerja; X3 biaya kemasan; X4 biaya promosi; X5 biaya peralatan; X6 harga produk dan X7 produksi. Pengujian asumsi-asumsi klasik dilakukan dan menunjukkan bahwa dari persamaan tersebut terdapat adanya gangguan multikolinieritas artinya terdapat hubungan yang erat antar variabel bebas. Variabel yang dihilangkan untuk mengatasi gangguan tersebut adalah biaya

kemasan, sedangkan untuk produksi masuk dalam excluded variabel sehingga tidak masuk dalam model juga. Agroindustri jamu Tawon Klanceng menguasai pasar dengan satu produk jamu, sehingga secara otomatis produksi akan berpengaruh secara nyata terhadap pendapatan. Meningkatnya produksi akan meningkatkan pendapatan dan sebaliknya apabila produksi menurun maka pendapatan akan menurun.

Dengan adanya variabel yang dihilangkan maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4380066 + 8.404X_1 - 2.982X_2 - 17.560X_4 - 1.699X_5 + 662.257X_6$$

Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi tingkat pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Estimasi Fungsi Regresi Linier Berganda Terhadap Pendapatan Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Variabel	Xi	Koef. Regresi	Stand.Error	t-hitung	t-tabel
Bi.Bahan baku	X1	8.404	0.560	15.011*	2.144
Bi.Ten.Kerja	X2	-2.982	1.125	2.651*	
Bi.Promosi	X4	-17.560	6.758	2.598*	
Bi.Peralatan	X5	-1.699	0.076	22.450*	
Harga	X6	662.257	158.193	4.186*	
Konstanta		4380066	F- hitung	418.076	
Adjusted R ²		0.991	F- tabel	2.958	

Sumber: Data primer diolah, 2003

Keterangan*): Berbeda nyata pada taraf kepercayaan 95%

Dari tabel didapatkan nilai F-hitung (418.076) > F-tabel (2,958). Hal ini berarti bahwa menolak Ho, jadi faktor-faktor seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya promosi, biaya peralatan dan harga secara serentak berpengaruh nyata terhadap tingkat pendapatan pada agroindustri jamu Tawon Klanceng, sedangkan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel tersebut terhadap pendapatan yang diperoleh agroindustri jamu Tawon Klanceng digunakan Uji-t.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus determinasi didapatkan nilai R² sebesar 0,991. Artinya pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen dipengaruhi oleh variabel peubah yang dimasukkan

dalam model sebesar 99,1%, sedangkan sisanya sebesar 0,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan. Nilai konstanta sebesar 4380066 menunjukkan bahwa pendapatan awal tanpa adanya variabel bebas sebesar Rp.4380066,-. Arti dari masing-masing koefisien variabel X1, X2, X4, X5 dan X6 adalah sebagai berikut:

1. Biaya bahan baku (X1)

Faktor biaya bahan baku (X1) dengan nilai koefisien regresi sebesar 8,404. Artinya setiap penambahan biaya bahan baku sebesar Rp. 1,- dapat meningkatkan pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng sebesar Rp8,40 dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap konstan. Sedangkan Uji-t menunjukkan nilai t-hitung sebesar (15,011) > t-tabel (2,144). Artinya bahwa faktor biaya bahan baku berpengaruh nyata terhadap tingkat pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng. Hal ini disebabkan karena sebagian bahan baku berasal dari luar daerah namun penyalurannya selalu kontinyu atau selalu tersedia jika dibutuhkan. Semua bahan baku diperoleh dari pemasok simplisa. Hubungan antara pemasok simplisa dengan pengusaha jamu Tawon Klanceng berjalan dengan baik, sehingga sewaktu-waktu simplisa dibutuhkan pengusaha tinggal *calling* pemasok simplisa tersebut. Meskipun simplisa berkualitas baik namun masih dilakukan sortasi oleh pihak perusahaan, untuk menghindari percampuran simplisa lain, sehingga akan diperoleh hasil produksi yang berkualitas, diterima oleh konsumen dan dapat meningkatkan pendapatan.

2. Biaya tenaga kerja (X2)

Faktor biaya tenaga kerja (X2) dengan nilai koefisien regresi sebesar -2,982. Artinya setiap penambahan biaya tenaga kerja sebesar Rp 1,- akan dapat menurunkan pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng sebesar Rp2,98 dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil Uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar (2,651) > t-tabel (2,144) pada taraf kepercayaan 95%. Artinya biaya tenaga kerja berpengaruh nyata terhadap tingkat pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng. Agroindustri jamu Tawon Klanceng ini memiliki teknologi yang tergolong tradisional sehingga

banyak menyerap tenaga kerja. Hampir semua tenaga kerja tetap yang bekerja pada agroindustri tersebut mempunyai kualitas yang tinggi karena mereka pernah bekerja di perusahaan jamu merk lain sehingga gaji yang mereka terima relatif tinggi. Belum lagi tenaga kerja borongan untuk pencucian botol dan pemasangan segel, sehingga biaya tenaga kerja yang dikeluarkan relatif tinggi dan berpengaruh pada tingkat pendapatan yang diperoleh.

3. Biaya promosi (X4)

Faktor biaya promosi (X4) mempunyai koefisien regresi sebesar $-17,560$. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan biaya promosi sebesar Rp 1,- akan dapat menurunkan pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng sebesar Rp 17,56 dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil Uji-t diperoleh nilai t -hitung sebesar $(2,598) > t$ -tabel $(2,144)$ pada taraf kepercayaan 95%. Artinya biaya promosi berpengaruh nyata terhadap tingkat pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng. Promosi yang dilakukan oleh agroindustri jamu Tawon Klanceng ini belum optimal, seperti membagikan kaos dan spanduk ke agen-agen, personal selling dan menjadi pendonor jika ada kegiatan-kegiatan di daerahnya seperti acara Agustusan, Volley dan lain-lain. Kegiatan tersebut kurang memasyarakatkan produknya di daerah lain, dan tergolong sebagai suatu kegiatan amal. Jadi kegiatan promosi tersebut masih kurang optimal dan banyak mengeluarkan biaya sehingga mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh.

4. Biaya peralatan (X5)

Faktor biaya peralatan (X5) mempunyai koefisien regresi sebesar $-1,699$ yang berarti bahwa setiap penambahan Rp 1,- biaya peralatan dapat menyebabkan penurunan pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng sebesar Rp 1,69 dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap konstan. Nilai t -hitung sebesar $(22,450) > t$ -tabel $(2,144)$ pada taraf kepercayaan 95% menunjukkan bahwa faktor biaya peralatan berpengaruh nyata terhadap tingkat pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng. Hal ini disebabkan karena peralatan yang digunakan tergolong sederhana sehingga dalam jangka waktu tertentu diperlukan penggantian terhadap peralatan yang dimiliki seperti saringan

halus dan kasar, sendok khusus untuk pengadukan, gledekan dan peti kayu. Jadi dengan adanya peralatan yang tergolong sederhana akan menimbulkan biaya yang lebih banyak, yaitu terhadap nilai ekonomis yang relatif pendek, sehingga akan mengurangi tingkat pendapatan yang diperoleh oleh agroindustri jamu Tawon Klanceng tersebut.

5. Harga (X6)

Faktor harga (X6) mempunyai koefisien regresi sebesar 662,257 yang berarti bahwa setiap peningkatan harga produk sebesar Rp 1,- dapat meningkatkan pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng sebesar Rp 662,25 dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap konstan. Nilai t-hitung (4,186) > t-tabel (2,144) pada taraf kepercayaan 95% menunjukkan bahwa faktor harga berpengaruh nyata terhadap pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng. Hal ini disebabkan karena dengan mengacu pada pemeliharaan dan peningkatan kualitas produk yang dimiliki serta faktor harga yang cenderung lebih murah dibandingkan dengan merk lain maka tidaklah mengherankan jika konsumen lebih memilih produk jamu Tawon Klanceng walaupun ada peningkatan harga, sehingga akan meningkatkan volume penjualan yang secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan.

5.3 Efisiensi Pemasaran Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Tingkat efisiensi yang dimaksud disini adalah tingkat perbandingan antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan nilai produk yang dijual yaitu penerimaan. Analisa efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran dari suatu agroindustri seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Efisiensi pemasaran pada agroindustri jamu Tawon Klanceng di Desa Kebalen, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi Tahun 2001-2003

Tahun	Jumlah Bln	Biaya Produk. (Rp/doz)	Biaya Pemas. (Rp/doz)	Harga Jual (Rp/doz)	Efisiensi (%)
2001/2002	10	28968,18	12031,82	41000	29,46
2002/2003	10	29547,51	11952,49	41500	28,88

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui nilai efisiensi pemasaran dari agroindustri jamu Tawon Klanceng pada tahun 2001/2002 sebesar 29,46% dan pada tahun 2002/2003 sebesar 28,88%, yang berarti bahwa efisiensi pemasaran jamu Tawon Klanceng adalah efisien. Dimana berdasarkan kriteria pengambilan keputusan yang telah ditetapkan yaitu apabila nilai efisiensi pemasaran kurang dari 50% maka dapat dikatakan bahwa efisiensi pemasaran yang digunakan adalah efisien. Sedangkan apabila nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh lebih besar dari 50% maka dapat dikatakan bahwa efisiensi pemasaran yang digunakan adalah tidak efisien.

Nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh nilai pada tahun 2001/2002 sebesar 29,46% dan pada tahun 2002/2003 sebesar 28,88% yang berarti bahwa efisiensi pemasaran yang digunakan efisien. Dimana hal ini terjadi karena dalam memasarkan produknya agroindustri jamu Tawon Klanceng tidak menanggung biaya transportasi. Biaya transportasi untuk produk yang akan dijual sepenuhnya ditanggung oleh agen, karena agroindustri jamu Tawon Klanceng memproduksi produknya berdasarkan pesanan dari agen, sehingga biaya transportasi sudah menjadi kesepakatan dengan agen untuk tidak dibebankan pada perusahaan.

5.4 Prospek Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Prospek suatu usaha sangat tergantung pada seberapa besar pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Untuk menganalisis prospek agroindustri jamu Tawon Klanceng digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT mencakup faktor-faktor internal dan eksternal yang teridentifikasi sebagai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman agroindustri jamu Tawon Klanceng.

5.4.1 Faktor Strategi Internal

1. Kualitas Tenaga Kerja

Kualitas tenaga kerja relatif tinggi dengan tingkat pendidikan SD (12,5%), SMP (37,5%), SMA (43,75%), PT (6,25%). Pada umumnya usia tenaga kerja masih tergolong produktif (dibawah 50 tahun), sehingga produktifitas kerja masih

relatif tinggi. Kepala bagian yang ada pada agroindustri jamu Tawon Klanceng ini rata-rata adalah lulusan SMA, sedangkan untuk sekretaris sudah mengenyam pendidikan di Perguruan Tinggi/ PT sehingga mempunyai wawasan cukup luas untuk pembukuannya. Mayoritas tenaga kerja yang bekerja di agroindustri ini sudah berpengalaman sebagai pekerja di agroindustri jamu merk lain yang pindah karena merasa tidak puas dengan tempat bekerja sebelumnya. Pengusaha jamu Tawon Klanceng ini memiliki banyak pengalaman di bidang jamu, karena dahulu pernah mendirikan perusahaan jamu merk lain dengan sistem rekanan (S1).

2. Rekrutmen Tenaga Kerja

Sebagian tenaga kerja agroindustri jamu Tawon Klanceng ini adalah tenaga kerja laki-laki, namun ada pula tenaga kerja wanita di bagian kantor dan pemasakan. Rekrutmen tenaga kerja adalah sangat mudah, karena tenaga kerja diambil dari sekitar daerah lokasi industri dan banyak calon tenaga kerja yang ingin mendaftar di bagian administrasi (S2).

3. Kemitraan

Agroindustri jamu Tawon Klanceng dalam menjalankan usahanya belum mengembangkan pola kemitraan. Pola kemitraan dengan petani simplisa dan kontraktor biasanya dilakukan oleh perusahaan jamu yang sudah maju. Pengusaha jamu Tawon Klanceng belum dapat menjalin kemitraan dengan petani simplisa karena keterbatasan modal dan petani daerah sekitar lokasi usaha belum mengoptimalkan tanaman simplisa (W1).

4. Kualitas Produk

Suatu produk berkualitas jika *quality control* perusahaan berjalan dengan baik. Agroindustri jamu Tawon Klanceng mengutamakan kualitas produknya agar tetap diminati oleh konsumen. Upaya yang dilakukan perusahaan agar jamu beraroma wangi, tidak terlalu pahit, dan berkhasiat adalah sistem kontrol langsung oleh kepala bagian pemasakan dan oleh pimpinan perusahaan sehingga tidak diragukan apabila kualitas jamu Tawon Klanceng tetap terjamin (S3).

5. Penetapan Harga

Penetapan harga jual jamu Tawon Klanceng ditentukan berdasarkan biaya produksi yang dikeluarkan, biaya pemasaran dan daya beli konsumen. Harga jual

jamu Tawon Klanceng relatif lebih murah jika dibandingkan dengan jamu produk pesaing. Harga jamu Tawon Klanceng adalah rata-rata Rp 5000,00 per botol, sedangkan untuk jamu perusahaan lain antara Rp 5500,00 – Rp 6500,00, sehingga jamu Tawon Klanceng lebih terjangkau oleh konsumen, khususnya konsumen menengah ke bawah (S4).

6. Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Informasi konsumen mengenai produk jamu banyak diperoleh dari promosi perusahaan baik melalui media cetak dan elektronik. Agroindustri jamu Tawon Klanceng belum dapat mengoptimalkan kegiatan promosi. Pada kebijakan promosinya agroindustri jamu Tawon Klanceng membagikan spanduk-spanduk dan kaos-kaos di setiap agennya, melakukan personal selling, dan menjadi pendonor jika ada kegiatan-kegiatan di daerahnya untuk lebih memasyarakatkan produknya. Hal tersebut lebih mengacu pada kegiatan sosial, sehingga *brand image* jamu tersebut masih kalah dibandingkan dengan agroindustri jamu yang sudah maju, seperti : Sido Muncul, Nyonya Meneer, Jago, dan Akar Daun (W2).

7. Bahan Baku

Pengadaan bahan baku jamu Tawon Klanceng ini sebagian didatangkan dari luar daerah lokasi usaha, seperti Solo dan Yogyakarta. Hal ini disebabkan daerah lokasi usaha belum dapat memenuhi kebutuhan bahan baku dalam jumlah besar. Namun kontinuitas pengadaan bahan baku terjamin, karena semua bahan baku diperoleh dari pemasok simplisa. Hubungan pemasok simplisa bahan baku dengan pengusaha terjalin dengan baik, sehingga sewaktu-waktu simplisa dibutuhkan pengusaha tinggal *calling* pemasok simplisa (W3).

8. Komposisi Kandungan

Agroindustri jamu Tawon Klanceng sudah menerapkan komposisi kandungan pada label jamu. Komposisi kandungan dilakukan oleh kepala bagian pemasakan yang memahami tentang mekanisme komposisi tersebut. Dengan adanya komposisi kandungan tersebut akan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk jamu Tawon Klanceng (S5).

9. Lokasi Perusahaan

Pertimbangan lokasi merupakan faktor strategis untuk mendukung kelangsungan operasional perusahaan. Lokasi agroindustri jamu Tawon Klanceng ini berada pada posisi yang strategis, sebab berada di pinggir jalan besar, sehingga mempermudah untuk proses pengangkutan, baik bahan baku maupun botol kemasan, pengadaan sarana dan prasarana untuk kegiatan pemasaran produk (S6).

5.4.2 Faktor Strategi Eksternal

1. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran agroindustri jamu Tawon Klanceng meliputi daerah Banyuwangi dan sekitarnya seperti Jember, Probolinggo, Situbondo, serta Mojokerto dan Surabaya dan juga dari luar daerah baik itu Jawa Tengah seperti Solo dan Semarang, Jawa Barat, dan bahkan sudah menjangkau luar Jawa seperti Samarinda, Palembang, Lampung dan lain-lain. Daerah pemasaran yang dijangkau saat ini masih pada tingkat kompetisi yang tidak terlalu kompetitif. Strategi pemasaran tersebut diharapkan dapat menjangkau daerah yang lebih luas di masa mendatang (O1).

2. Sasaran Pemasaran

Jamu Tawon Klanceng merupakan produk yang masih baru di pasaran, sehingga sasaran yang dibidik lebih dahulu adalah golongan menengah ke bawah. Golongan menengah ke bawah memiliki daya beli yang tinggi untuk produk jamu, sebab termasuk pada tingkat pendapatan konsumen yang memungkinkan untuk mengkonsumsi jamu. Selain itu ditunjang oleh kesadaran masyarakat (petani atau pekerja keras) dalam menjaga kesehatan tubuh sehabis bekerja (O2).

3. Pesaing Usaha

Pesaing sebenarnya merupakan penghambat usaha, akan tetapi pesaing usaha dijadikan sebagai motivator perkembangan usaha tersebut. Meningkatnya persaingan dalam pengusaha jamu tidak mungkin dihindari, sebab banyak pihak yang mencermati peluang usaha jamu. Agroindustri jamu Tawon Klanceng merupakan agroindustri jamu yang tergolong baru di Banyuwangi, sehingga keberadaan jamu Akar Daun dan Wedoro yang lebih dulu menguasai pangsa pasar

di Banyuwangi dan wilayah lain akan menjadi pesaing yang potensial bagi jamu Tawon Klanceng (T1).

4. Produk Aspal (asli tapi palsu)

Jamu atau obat tradisional merupakan warisan nenek moyang yang masih digemari hingga saat ini, yang meliputi seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Penggunaan jamu dari tahun ke tahun semakin meningkat, hal tersebut dapat diperkirakan dengan makin berkembangnya beberapa agroindustri jamu dan banyaknya kios-kios jamu. Jamu yang merupakan usaha prospektif tidak luput menjadi sasaran produk aspal (asli tapi palsu). Keberadaan produk aspal tersebut menjadi ancaman bagi perkembangan dan citra jamu (T2).

5. Diversifikasi Produk

Agroindustri jamu Tawon Klanceng dalam sistem pemasaran sudah positif merencanakan strategi diversifikasi produk. Kebutuhan konsumen yang beragam sebenarnya dapat menguntungkan pihak perusahaan, namun karena merupakan perusahaan yang baru berdiri maka agroindustri jamu Tawon Klanceng ini hanya terkonsentrasi pada satu produk yaitu pegal linu dan tidak menutup kemungkinan untuk menerapkan sistem diversifikasi produk di masa yang akan datang (O3).

6. Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat

Perubahan pola konsumsi masyarakat berupa pergeseran dari obat-obatan kimia ke pengobatan alternatif (tradisional). Jamu ini sebagai alternatif lain sebagai pengganti obat modern terutama bagi penduduk yang tinggal di daerah yang kekurangan fasilitas kesehatan. Penggunaan obat tradisional ini juga meningkat di kalangan masyarakat modern dengan adanya revolusi gerakan kembali ke alam /*back to nature* (O4).

7. Kebijakan Pemerintah

Pada GBHN 1999 telah mengarahkan agar meningkatkan dan memelihara mutu lembaga dan pelayanan kesehatan melalui pemberdayaan SDM secara berkelanjutan dan sarana dan prasarana dalam bidang medis termasuk persediaan obat yang dapat dijangkau oleh masyarakat termasuk di dalamnya obat-obatan tradisional. Di samping peraturan perundangan tersebut pemerintah juga telah melonggarkan masalah perijinan dan registrasi obat-obatan tradisional (O5).

8. Perubahan Selera Konsumen

Konsumen merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran, sebab mereka memberikan keuntungan bagi agroindustri jamu. Selera konsumen merupakan perilaku konsumen yang seharusnya mendapat perhatian lebih dari pengusaha jamu. Selera konsumen dapat sewaktu-waktu berubah searah dengan faktor harga, kemasan dan khasiat dengan selalu mendeteksi perubahan selera konsumen maka kemungkinan terjadi penurunan penjualan dapat dihindari (T3).

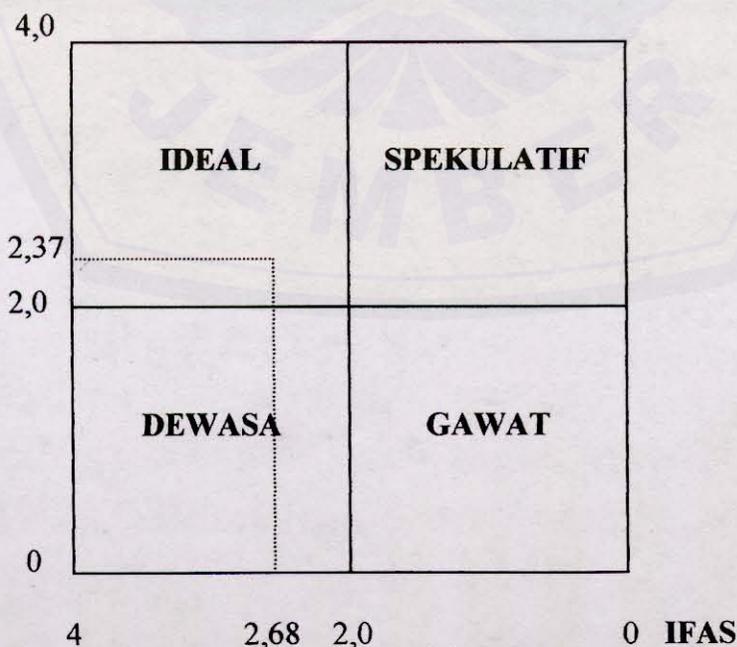
9. Teknologi Baru

Teknologi yang diterapkan oleh agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah tergolong tradisional namun mampu menyerap banyak tenaga kerja. Tentunya dengan ditunjang teknologi yang modern dapat meningkatkan produktivitas jamu yang dihasilkan, namun disisi lain dapat mengurangi jumlah tenaga kerja yang digunakan (T4).

5.4.3 Analisis Matrik Kompetitif Relatif

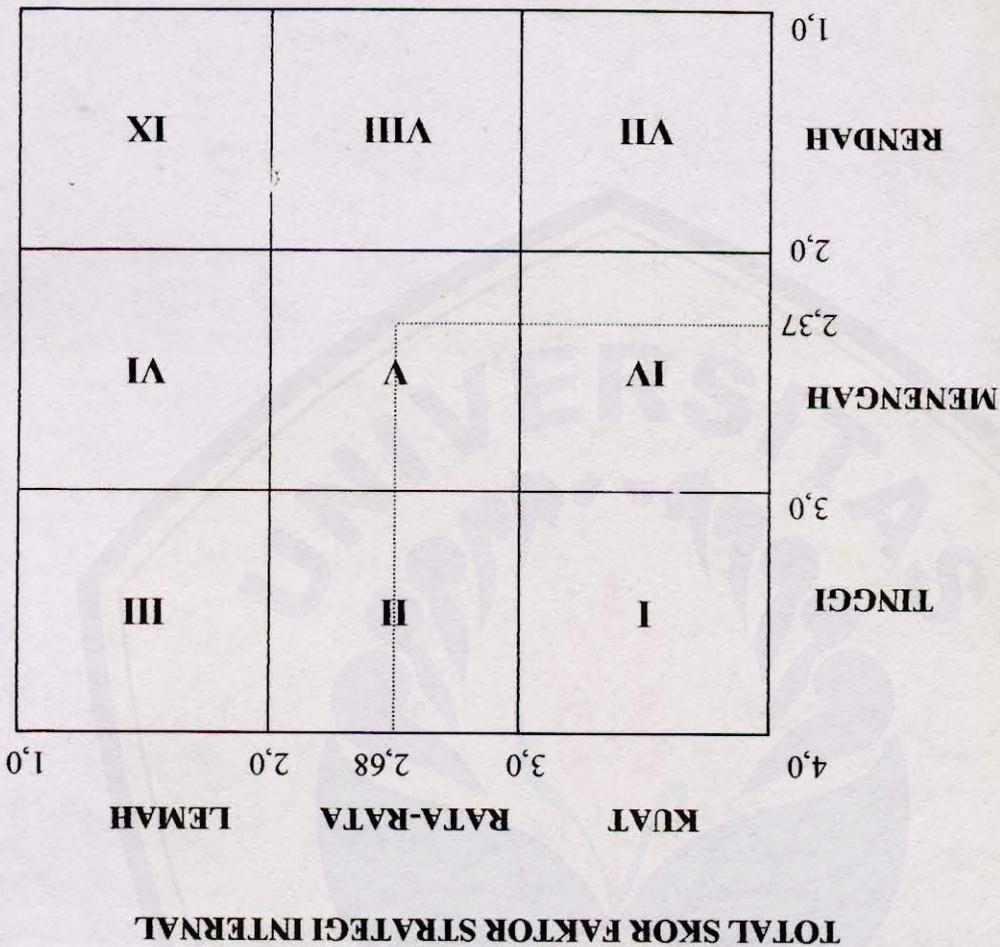
Analisis perhitungan faktor-faktor internal dan eksternal pada agroindustri jamu Tawon Klanceng dapat dilihat pada gambar 7.

EFAS



Gambar 7. Matrik Kompetitif Relatif

Gambar 8. Matrik Internal Eksternal



gambar 8.

Analisis internal eksternal digunakan untuk melihat strategi yang tepat untuk diterapkan dalam agroindustri jamu Tawon Klanceng. Hasil analisis matrik internal eksternal dari agroindustri jamu Tawon Klanceng dapat dilihat pada

5.4.4 Analisis Internal Eksternal

Berdasarkan hasil analisis SWOT (lampiran 9 dan 10) diperoleh nilai IFAS sebesar 2,68 sedangkan EFAS sebesar 2,37. Nilai-nilai ini menempatkan agroindustri jamu Tawon Klanceng pada posisi ideal, artinya agroindustri jamu Tawon Klanceng mempunyai peluang pasar yang prospektif dan mempunyai kompetensi untuk diusahakan.

Dari matrik internal eksternal tersebut dapat dilihat posisi agroindustri jamu Tawon Klanceng pada tahap pertumbuhan / stabilitas. Artinya perusahaan didesain untuk mencapai pertumbuhan atau stabil, baik dalam penjualan, asset, profit ataupun kombinasi ketiganya.

5.4.5 Analisis Matrik SWOT

Berdasarkan analisis SWOT dapat disusun empat strategi yaitu SO, WO, ST dan WT. Masing-masing strategi ini memiliki karakteristik yang berbeda dan dalam implementasi strategi dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung.

- a. Strategi SO (Strength – Opportunities)
 1. Meningkatkan kualitas SDM
 2. Memelihara kualitas produk
 3. Perluasan pangsa pasar
 4. Meningkatkan diversifikasi produk
- b. Strategi WO (Weakness – Opportunities)
 1. Menjalin kemitraan
 2. Meningkatkan efisiensi biaya
 3. Memelihara hubungan dengan agen
- c. Strategi ST (Strengths – Threatsment)
 1. Pelatihan SDM
 2. Penerapan teknologi baru yang sesuai
 3. Meningkatkan kualitas produk
 4. Meningkatkan kualitas kinerja perusahaan
- d. Strategi WT (Weakness – Threatsment)
 1. Meningkatkan promosi
 2. Memperhatikan selera konsumen
 3. Memelihara hubungan dengan pemasok bahan baku

Untuk mengetahui hasil analisis SWOT sehingga dapat disusun empat strategi yaitu SO, WO, ST, dan WT pada agroindustri jamu Tawon Klanceng dapat dilihat pada Tabel 6.

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>KEKUATAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas TK relatif tinggi • Rekrutmen TK mudah • Kualitas produk terjamin • Harga bersaing • Terdapat komposisi kandungan • Lokasi perusahaan 	<p>KELEMAHAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada kemitraan • Kurangnya promosi • Bahan baku dari luar daerah
<p>PELUANG :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daerah pemasaran relatif luas • Sasaran pemasaran jelas • Diversifikasi produk • Perubahan pola konsumsi obat pada masyarakat • Kebijakan pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas SDM • Memelihara kualitas produk • Perluasan pangsa pasar • Meningkatkan diversifikasi produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjalinkan kemitraan • Meningkatkan efisiensi biaya • Memelihara hubungan dengan agen
<p>ANCAMAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing usaha • Produk aspal / asli tapi palsu • Perubahan selera konsumen • Teknologi baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan SDM • Penerapan teknologi baru yang sesuai • Meningkatkan kualitas produk • Meningkatkan kualitas kinerja perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan promosi • Memperhatikan selera konsumen • Memelihara hubungan dengan pemasok bahan baku

Tabel 6. Analisis Matrik SWOT

5.4.6 Formulasi Strategi

Dalam upaya memperoleh pangsa pasar yang lebih luas, agroindustri jamu Tawon Klanceng sebaiknya melakukan strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal, karena posisi perusahaan yang berada pada tahap pertumbuhan/stabilitas. Perusahaan yang ada di sel ini relatif lebih defensif (menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit), dapat memperluas pangsa pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui akuisisi (joint ventures) dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, agroindustri jamu Tawon Klanceng saat ini sedang dalam masa pertumbuhan atau menurut analisis matrik kompetitif relatif berada pada posisi ideal. Untuk itulah agroindustri jamu Tawon Klanceng harus mengembangkan jadwal rencana perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Rencana strategis agroindustri jamu Tawon Klanceng dalam jangka pendek:

1. Mempertahankan kualitas produk.
2. Menerapkan kebijakan harga yang bersaing.
3. Meningkatkan program pengembangan SDM.
4. Membina hubungan yang baik dengan pemasok.
5. Menerapkan dan meningkatkan sistem promosi yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Rencana strategis agroindustri jamu Tawon Klanceng dalam jangka panjang:

1. Melakukan ekspansi secara horizontal ke wilayah lain yang sedang berkembang dalam rangka memperluas jaringan pemasaran.
2. Menerapkan sistem kemitraan dengan perusahaan yang homogen.
3. Menerapkan teknologi baru yang sesuai dengan kondisi perusahaan.
4. Memperhatikan selera konsumen, jenis produk pesaing usaha, dan persaingan pasar.
5. Memahami dan memperhatikan perubahan pola konsumsi obat konsumen dan perkembangan kebutuhan konsumen.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan biaya produksi pada agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah efisien, diperoleh nilai R/C ratio pada tahun 2001/2002 sebesar 1,33 dan pada tahun 2002/2003 sebesar 1,63.
2. Faktor biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya promosi, biaya peralatan dan harga berpengaruh secara nyata terhadap pendapatan agroindustri jamu Tawon Klanceng.
3. Pemasaran hasil pada agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah efisien, dimana diperoleh nilai proporsi biaya pemasaran pada tahun 2001/2002 sebesar 29,46% dan pada tahun 2002/2003 sebesar 28,88%.
4. Agroindustri jamu Tawon Klanceng mempunyai peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk diusahakan. Posisi agroindustri jamu Tawon Klanceng adalah ideal, dengan nilai IFAS sebesar 2,68 dan EFAS sebesar 2,37. Strategi yang tepat diterapkan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal yaitu relatif lebih defensif, memperluas pangsa pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui akuisisi (*joint ventures*) dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

6.2 Saran

1. Perlu adanya diversifikasi produk selain jamu untuk pegal linu, misalnya jamu untuk kencing manis seperti yang pernah diproduksi agar diusahakan lebih kontinyu, sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
2. Meningkatkan hubungan yang baik dengan pemasok simplisia, terutama untuk simplisia dari luar daerah agar selalu tersedia jika dibutuhkan.
3. Menerapkan dan meningkatkan sistem promosi yang lebih terarah yaitu dengan menggunakan media cetak seperti koran dan media elektronik seperti radio, sehingga lebih dikenal di masyarakat.

4. Melakukan ekspansi secara horizontal ke daerah berkembang yang belum ada agen jamu Tawon Klanceng dalam rangka memperluas jaringan pemasaran.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, Y.D. 2003. *Kelayakan Finansial dan Prospek Pengembangan Agroindustri Jamu Nikisari*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian UNEJ.
- Ashari. 1995. *Hortikultura Aspek Budidaya*. Jakarta: UI Press.
- Azis. 1993. *Permodalan Agroindustri*. Jakarta: Insan Mitra Mandiri.
- Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang. 1993. *Standar Nasional Biji Kakao*. Dalam *Informasi Mutu*. (Oktober, 1993).
- Boediono. 1992. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Cipriana, S. 2000. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan dan Efisiensi Tanaman Obat di Lahan Pekarangan*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian UNEJ.
- Darwis, A. A. 1996. "Pertanian Berkelanjutan Suatu Pertanian Masa Depan". Dalam *Pangan* (Maret, VII). No. 27. Jakarta: Bulog.
- Departemen Pendidikan Nasional. 1999. *Garis-Garis Besar Haluan Negara*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Dharma, A.P. 1985. *Tanaman Obat Tradisional Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dillon. 1997. *Perkembangan Agroindustri Dalam Perekonomian Indonesia Memasuki Millenium Ketiga*. London: International Quality Publication.
- Dudung. 1994. *Sistem dan Pengembangan Agribisnis*. Jember: Pidato Pengarahan pada Pembukaan Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalies Universitas Jember XXX dan LUSTRUM VI.
- Hartadi, H. 1999. *Peranan Sektor Pertanian dalam Perekonomian Jawa Timur*. Bogor: IPB.
- Hernanto, F. 1996. *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Lakitan, B. 1995. *Hortikultura Teori, Budidaya dan Pasca Panen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mooryati. 1992. *Pendayagunaan Tanaman Obat*. Bogor: Prosiding Komunikasi Hasil Penelitian Plasma Nutfah dan Budidaya Tanaman Obat.
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.

- Mulyadi. 2001. *Balanced Scorecard*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhlisah, F. 1999. *Temu-Temuan dan Empon-Empon*. Yogyakarta: Kanisius.
- Nasir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: LP3ES.
- Poli, C. 1992. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pramono, S. 1992. *Kajian Manfaat Pengadaan Bahan Baku Jamu dan Obat Tradisional*. Yogyakarta: Pusat Penelitian Obat Tradisional UGM.
- Prayitno, H. 1985. *Pengembangan Ekonomi Pedesaan*. Yogyakarta: Liberty.
- Randinelli. 1990. *Proyek Pembangunan Segi Manajemen Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. 2002. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyidi, S. 1991. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Surabaya: Duta Jasa.
- Santoso, K. 1994. *Studi Analisis Kebijakan Pertanian Untuk menunjang Pengembangan Agroindustri*. Makalah Disampaikan pada Seminar Agribisnis 1994. Jember: Universitas Jember.
- _____. 1995. *Analisa Kebijakan Pertanian Untuk Memunjang Pengembangan Agroindustri*. Dalam Pangan Vol. VI. No. 24. Jakarta: Media Komunikasi dan Informasi.
- Saragih, B. 1993. "Agroindustri Suatu Sektor yang Memimpin Dalam PJPT II". Dalam Pangan (Januari, IV). No. 15. Jakarta: Bulog.
- Satiadiredja, S. 1969. *Hortikultura*. Jakarta: Yasaguna.
- Sinungan. 1992. *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Jakarta: Aksara Persada Pers.
- Siswoputranto. 1976. *Komoditi Ekspor Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- Soeratno. 1993. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Karunika.
- Soeharjo. 1990. *Agroindustri*. Bogor: IPB.
- Soeharjo, A. 1997. *Pengembangan Sistem Usaha Pertanian*. Bogor: Laboratorium Ekonomi dan Manajemen Agribisnis IPB.

- Soekartawi. 1989. "*Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian: Teori dan Aplikasinya*". Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- _____. 1995. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Press.
- _____. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: PT. Radja Grafindo Perkasa.
- Supriyono, R.A. 1990. *Manajemen Strategi dan kebijaksanaan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Syarif. 1991. *Industri Kecil dan Kesempatan Kerja*. Padang: Pusat Penelitian Universitas Andalas.
- Vincent, G. 1999. *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: PT Gramedia.
- Wie. 1994. *Industrialisasi di Indonesia (Beberapa Kajian)*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Wibowo, R. 2000. *Ekonometrika: Analisis Data Parametrik*. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Zuhud. 1994. *Pelestarian Pemanfaatan Keanekaragaman Tumbuhan Obat Hutan Tropika Indonesia*. Bogor: Fakultas Kehutanan –LATIN.

Lampiran1. Biaya Produksi Pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Bulan	B. Tetap			TFC	B. Variabel				TVC	Total Biaya		
	S. Gedung	Jjin Usaha	Pajak Peralatan		B. Bhn Baku	B. Tenaga Kerja	B. Promosi	B. Lain-lain				
September	1000000	2250000	60000	20135000	32445000	1583550	12410000	5870000	285000	2040000	22188550	54633550
Oktober	0	0	0	0	0	2375325	12627500	8805000	275000	125000	24207825	24207825
November	0	0	0	0	0	3292200	13314800	12211000	198500	115000	29131500	29131500
Desember	0	0	0	0	0	4116150	13541000	15262000	315000	6620000	39854150	39854150
Januari	0	0	0	0	0	3165300	12845000	11740000	305000	123500	28178800	28178800
Februari	0	0	0	0	0	3292200	13314800	12211000	290000	120500	29228500	29228500
Maret	0	0	0	0	0	2769863	12736250	10276000	325000	110000	26217113	26217113
April	0	0	0	0	0	3039300	12375200	11269000	315000	121800	27120300	27120300
Mei	0	0	0	0	0	3955275	13062500	14675000	285000	140200	32117975	32117975
Juni	0	0	0	0	0	3955275	13062500	14675000	310000	135000	32137775	32137775
Juli	0	0	60000	5536000	5596000	3812050	13427900	13733000	255000	127000	31354950	36950950
Agustus	0	0	0	0	0	4072500	13062500	14675000	179000	123000	32112000	32112000
September	0	0	0	0	0	4235400	13541000	15262000	263000	120000	33421400	33421400
Oktober	0	0	0	0	0	3909600	12584000	14088000	318000	150000	31049600	31049600
November	0	0	0	0	0	4691900	12792800	16907000	320000	158000	34869700	34869700
Desember	0	0	0	0	0	4887000	13280000	17610000	326000	130000	36233000	36233000
Januari	0	0	0	0	0	4072500	13062500	14675000	189000	110000	32109000	32109000
Februari	0	0	0	0	0	3909600	12584000	14088000	314000	132000	31027600	31027600
Maret	0	0	0	0	0	5082100	13767200	18313000	332000	118000	37612300	37612300
April	0	0	0	0	0	5701500	13497500	20545000	401000	125000	40270000	40270000
Total	1000000	2250000	120000	25671000	38041000	75918588	260888950	276890000	5800500	10944000	630442038	668483038
Rata-rata	500000	1125000	60000	1283550	1902050	3795929.4	13044447.5	13844500	290025	547200	31522102	33424151.9

Lampiran 2. Rekapitulasi Total Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio Pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Bulan	Produksi (doz)	Harga (Rp/doz)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)	R/C Ratio
September	500	40000	20000000	54633550	-34633550	0.366075424
Oktober	750	40000	30000000	24207825	5792175	1.239268708
November	1040	40000	41600000	29131500	12468500	1.428007483
Desember	1300	45000	58500000	39854150	18645850	1.467852156
Januari	1000	40000	40000000	28178800	11821200	1.419506863
Februari	1040	40000	41600000	29228500	12371500	1.423268385
Maret	875	40000	35000000	26217113	8782887	1.33500588
April	960	45000	43200000	27120300	16079700	1.592902733
Mei	1250	40000	50000000	32117975	17882025	1.556760661
Juni	1250	40000	50000000	32137775	17862225	1.555801545
Juli	1170	40000	46800000	36950950	9849050	1.266543891
Agustus	1250	45000	56250000	32112000	24138000	1.751681614
September	1300	40000	52000000	33421400	18578600	1.55588934
Oktober	1200	40000	48000000	31049600	16950400	1.545913635
November	1440	40000	57600000	34869700	22730300	1.651863939
Desember	1500	40000	60000000	36233000	23767000	1.655948997
Januari	1250	45000	56250000	32109000	24141000	1.751845277
Februari	1200	45000	54000000	31027600	22972400	1.740385979
Maret	1560	40000	62400000	37612300	24787700	1.659031753
April	1750	40000	70000000	40270000	29730000	1.7382667
Total	23585	825000	973200000	668483038	304716962	29.70182096
Rata-rata	1179.25	41250	48660000	33424151.9	15235848.1	1.485091048

Lampiran 3. Rekapitulasi Total Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio Pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng Tahun 2001/2002

Bulan	Produksi (doz)	Harga (Rp/doz)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)	R/C Ratio
September	500	40000	20000000	54633550	-34633550	0.366075
Oktober	750	40000	30000000	24207825	5792175	1.239269
November	1040	40000	41600000	29131500	12468500	1.428007
Desember	1300	45000	58500000	39854150	18645850	1.467852
Januari	1000	40000	40000000	28178800	11821200	1.419507
Februari	1040	40000	41600000	29228500	12371500	1.423268
Maret	875	40000	35000000	26217113	8782887	1.335006
April	960	45000	43200000	27120300	16079700	1.592903
Mei	1250	40000	50000000	32117975	17882025	1.556761
Juni	1250	40000	50000000	32137775	17862225	1.555802
Total	9965	410000	409900000	322827488	87072512	13.38445
Ratrata	996.5	41000	40990000	32282748.8	8707251.2	1.338445

Lampiran 4. Rekapitulasi Total Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio Pada Agroindustri Jamu Tawon Klanceng Tahun 2002/2003

Bulan	Produksi (doz)	Harga (Rp/doz)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)	R/C Ratio
Juli	1170	40000	46800000	36950950	9849050	1.266544
Agustus	1250	45000	56250000	32112000	24138000	1.751682
September	1300	40000	52000000	33421400	18578600	1.555889
Oktober	1200	40000	48000000	31049600	16950400	1.545914
November	1440	40000	57600000	34869700	22730300	1.651864
Desember	1500	40000	60000000	36233000	23767000	1.655949
Januari	1250	45000	56250000	32109000	24141000	1.751845
Februari	1200	45000	54000000	31027600	22972400	1.740386
Maret	1560	40000	62400000	37612300	24787700	1.659032
April	1750	40000	70000000	40270000	29730000	1.738267
Total	13620	415000	563300000	345655550	217644450	16.31737
Rata-rata	1362	41500	56330000	34565555	21764445	1.631737

Lampiran 5. Data Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Bulan	Pendapatan (Rp)	B. Bhn Baku (Rp)	B. T. Kerja (Rp)	B. Kemasan (Rp)	B. Promosi (Rp)	Harga (Rp/doz)	Peralatan (Rp)	Produksi (doz)
September	-34633550	1583550	12410000	5870000	3850000	40000	20135000	500
Oktober	5792175	2375325	12627500	8805000	4000000	40000	0	750
November	12468500	3292200	13314800	12211000	3135000	40000	0	1040
Desember	18645850	4116150	13541000	15262000	4350000	45000	0	1300
Januari	11821200	3165300	12845000	11740000	4285000	40000	0	1000
Februari	12371500	3292200	13314800	12211000	4105000	40000	0	1040
Maret	8782887	2769863	12736250	10276000	4350000	40000	0	875
April	16079700	3039300	12375200	11269000	4368000	45000	0	960
Mei	17882025	3955275	13062500	14675000	4252000	40000	0	1250
Juni	17862225	3955275	13062500	14675000	4450000	40000	0	1250
Juli	9849050	3812050	13427900	13733000	3820000	40000	5536000	1170
Agustus	24138000	4072500	13062500	14675000	3020000	45000	0	1250
September	18578600	4235400	13541000	15262000	3830000	40000	0	1300
Oktober	16950400	3909600	12584000	14088000	4680000	40000	0	1200
November	22730300	4691900	12792800	16907000	4780000	40000	0	1440
Desember	23767000	4887000	13280000	17610000	4560000	40000	0	1500
Januari	24141000	4072500	13062500	14675000	2990000	45000	0	1250
Februari	22972400	3909600	12584000	14088000	4460000	45000	0	1200
Maret	24787700	5082100	13767200	18313000	4500000	40000	0	1560
April	29730000	5701500	13497500	20545000	5260000	40000	0	1750
Total	304716962	75918588	260888950	276890000	8304500	825000	25671000	23585
Rata-rata	15235848.1	3795929.4	13044447.5	13844500	415225	41250	1283550	1179

Lampiran 6. Biaya Produk, Nilai Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Agroindustri Jamu
Tawon Klanceng Tahun 2001 - 2003

Tahun 2001/ 2002

Bulan	Produksi (Doz)	Harga (Rp/doz)	Nilai Produk (Rp)	B.Pemasaran		Total B.Pemasaran	Efisiensi Pemasaran
				B.Kemasan	B.Promosi		
September	500	40000	20000000	5870000	285000	6155000	0.30775
Oktober	750	40000	30000000	8805000	275000	9080000	0.302666667
November	1040	40000	41600000	12211000	198500	12409500	0.298305288
Desember	1300	45000	58500000	15262000	315000	15577000	0.266273504
Januari	1000	40000	40000000	11740000	305000	12045000	0.301125
Februari	1040	40000	41600000	12211000	290000	12501000	0.300504808
Maret	875	40000	35000000	10276000	325000	10601000	0.302885714
April	960	45000	43200000	11269000	315000	11584000	0.268148148
Mei	1250	40000	50000000	14675000	285000	14960000	0.2992
Juni	1250	40000	50000000	14675000	310000	14985000	0.2997
Total	9965	410000	409900000	116994000	2903500	119897500	2.94655913
Rata-rata	996.5	41000	40990000	11699400	290350	11989750	0.294655913

Tahun 2002/2003

Bulan	Produksi (Doz)	Harga (Rp/doz)	Nilai Produk (Rp)	B.Pemasaran		Total B.Pemasaran	Efisiensi Pemasaran
				B.Kemasan	B.Promosi		
Juli	1170	40000	46800000	13733000	255000	13988000	0.298888889
Agustus	1250	45000	56250000	14675000	179000	14854000	0.264071111
September	1300	40000	52000000	15262000	263000	15525000	0.298557692
Oktober	1200	40000	48000000	14088000	318000	14406000	0.300125
November	1440	40000	57600000	16907000	320000	17227000	0.299079861
Desember	1500	40000	60000000	17610000	326000	17936000	0.298933333
Januari	1250	45000	56250000	14675000	189000	14864000	0.264248889
Februari	1200	45000	54000000	14088000	314000	14402000	0.266703704
Maret	1560	40000	62400000	18313000	332000	18645000	0.298798077
April	1750	40000	70000000	20545000	401000	20946000	0.299228571
Total	13620	415000	563300000	159896000	2897000	162793000	2.888635128
Rata-rata	1362	41500	56330000	15989600	289700	16279300	0.288863513

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HARGA, KEMASAN, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU ^a		Enter

a. Tolerance = ,000 limits reached.

b. Dependent Variable: PENDPT

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,997 ^a	,994	,991	1286437,22	1,131

a. Predictors: (Constant), HARGA, KEMASAN, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

b. Dependent Variable: PENDPT

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,34E+15	6	5,570E+14	336,555	,000 ^a
	Residual	2,15E+13	13	1,655E+12		
	Total	3,36E+15	19			

a. Predictors: (Constant), HARGA, KEMASAN, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

b. Dependent Variable: PENDPT

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2478114	2,1E+07		-,116	,910		
	BHNBAKU	14,439	8,382	1,034	1,723	,109	,001	732,272
	TENKER	-2,464	1,350	-,076	-1,825	,091	,282	3,545
	KEMASAN	-1,801	2,496	-,454	-,722	,483	,001	803,755
	PROMOSI	-14,823	7,853	-,065	-1,888	,082	,412	2,430
	PERALTN	-1,732	,090	-,600	-19,243	,000	,507	1,974
	HARGA	687,727	164,797	,115	4,173	,001	,650	1,538

a. Dependent Variable: PENDPT

Excluded Variables

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics			
					Tolerance	VIF	Minimum Tolerance	
1	DOZ	113,456 ^a	1,813	,095	,464	1,069E-07	9355932	1,069E-07

a. Predictors in the Model: (Constant), HARGA, KEMASAN, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BI

b. Dependent Variable: PENDPT

Collinearity Diagnostics

Model	Dimensio	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	HNB	AKUTENKER	KEMASAN	PROMOSI	PERALTN	HARGA
1	1	5,979	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,960	2,496	,00	,00	,00	,00	,00	,47	,00
	3	,418E-02	11,633	,00	,00	,00	,00	,00	,24	,01
	4	,479E-02	20,106	,00	,00	,00	,00	,41	,00	,01
	5	,868E-03	56,581	,01	,00	,05	,00	,04	,03	,52
	6	,484E-04	200,736	,67	,03	,54	,02	,24	,01	,37
	7	,244E-05	429,353	,32	,96	,41	,98	,30	,25	,09

a. Dependent Variable: PENDPT

Residuals Statistics^a

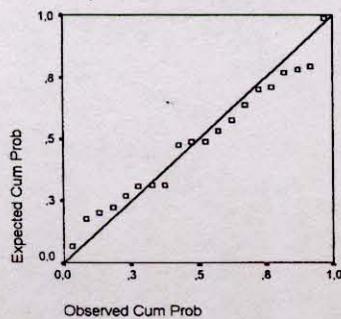
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-3,4E+07	2,9E+07	1,5E+07	13262195,23	20
Residual	-1945851	2858203	,0000	1064102,519	20
Std. Predicted Value	-3,701	1,059	,000	1,000	20
Std. Residual	-1,513	2,222	,000	,827	20

a. Dependent Variable: PENDPT

Charts

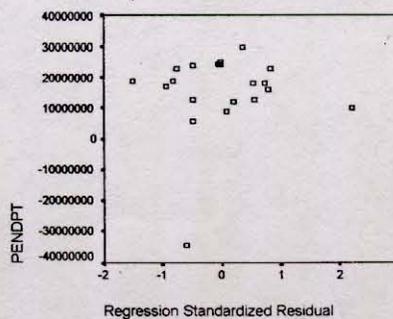
Normal P-P Plot of Regression Sta

Dependent Variable: PENDPT



Scatterplot

Dependent Variable: PENDPT



Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Dengan 6 Variabel Bebas (Xi) Yang Mempengaruhi Pendapatan (Y)

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PENDPT	1,5E+07	13304816,29	20
BHNBAKU	3795929	952763,14192	20
TENKER	1,3E+07	411488,83514	20
PROMOSI	415225,0	58585,07871	20
PERALTN	1283550	4606148,688	20
DOZ	1179,2500	285,52019	20
HARGA	41250,00	2221,30829	20

Correlations

	PENDPT	BHNBAKU	TENKER	PROMOSI	PERALTN	DOZ	HARGA	
Pearson Correlati	PENDPT	1,000	,830	,453	,208	-,888	,837	,265
	BHNBAKU	,830	1,000	,643	,375	-,533	,999	,029
	TENKER	,453	,643	1,000	-,040	-,296	,653	-,172
	PROMOSI	,208	,375	-,040	1,000	-,155	,383	-,318
	PERALTN	-,888	-,533	-,296	-,155	1,000	-,549	-,165
	DOZ	,837	,999	,653	,383	-,549	1,000	,026
	HARGA	,265	,029	-,172	-,318	-,165	,026	1,000
Sig. (1-tailed)	PENDPT	,000	,022	,190	,000	,000	,129	
	BHNBAKU	,000	,001	,052	,008	,000	,452	
	TENKER	,022	,001	,434	,103	,001	,234	
	PROMOSI	,190	,052	,434	,258	,048	,086	
	PERALTN	,000	,008	,103	,258	,006	,243	
	DOZ	,000	,000	,001	,048	,006	,456	
	HARGA	,129	,452	,234	,086	,243	,456	
N	PENDPT	20	20	20	20	20	20	
	BHNBAKU	20	20	20	20	20	20	
	TENKER	20	20	20	20	20	20	
	PROMOSI	20	20	20	20	20	20	
	PERALTN	20	20	20	20	20	20	
	DOZ	20	20	20	20	20	20	
	HARGA	20	20	20	20	20	20	

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HARGA, DOZ, PROMOSI, PERALTN, TENKER, ^a BHNBAKU		Enter
2		DOZ	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PENDPT

Model Summary^f

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,997 ^a	,994	,991	1287535,22	
2	,997 ^b	,993	,991	1264222,97	1,322

a. Predictors: (Constant), HARGA, DOZ, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

b. Predictors: (Constant), HARGA, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

c. Dependent Variable: PENDPT

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,34E+15	6	5,570E+14	335,977	,000 ^a
	Residual	2,16E+13	13	1,658E+12		
	Total	3,36E+15	19			
2	Regression	3,34E+15	5	6,682E+14	418,076	,000 ^b
	Residual	2,24E+13	14	1,598E+12		
	Total	3,36E+15	19			

a. Predictors: (Constant), HARGA, DOZ, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

b. Predictors: (Constant), HARGA, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

c. Dependent Variable: PENDPT

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2366806	2,1E+07		-,110	,914		
	BHNBAKU	14,317	8,401	1,025	1,704	,112	,001	734,358
	TENKER	-2,474	1,353	-,077	-1,829	,090	,282	3,551
	PROMOSI	-14,877	7,863	-,066	-1,892	,081	,411	2,432
	PERALTN	-1,731	,090	-,599	-19,242	,000	,508	1,969
	DOZ	-20718,4	9370,340	-,445	-,705	,493	,001	805,985
	HARGA	687,496	165,035	,115	4,166	,001	,649	1,540
2	(Constant)	4380066	1,9E+07		,232	,820		
	BHNBAKU	8,404	,560	,602	15,011	,000	,296	3,382
	TENKER	-2,982	1,125	-,092	-2,651	,019	,393	2,546
	PROMOSI	-17,560	6,758	-,077	-2,598	,021	,537	1,863
	PERALTN	-1,699	,076	-,588	-22,450	,000	,693	1,444
	HARGA	662,257	158,193	,111	4,186	,001	,681	1,468

a. Dependent Variable: PENDPT

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				Constant	BHNBAKU	TENKER	PROMOSI	PERALTN	DOZ	HARGA
1	1	5,979	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,960	2,496	,00	,00	,00	,00	,47	,00	,00
	3	,419E-02	11,632	,00	,00	,00	,00	,24	,00	,01
	4	,479E-02	20,106	,00	,00	,00	,41	,00	,00	,01
	5	,868E-03	56,581	,01	,00	,05	,04	,03	,00	,51
	6	,485E-04	200,693	,67	,03	,54	,24	,01	,02	,37
	7	,233E-05	430,044	,32	,96	,41	,31	,25	,98	,09
2	1	5,015	1,000	,00	,00	,00	,00	,00		,00
	2	,940	2,310	,00	,00	,00	,00	,66		,00
	3	,893E-02	13,165	,00	,42	,00	,00	,28		,01
	4	,453E-02	18,578	,00	,06	,00	,54	,01		,01
	5	,868E-03	51,817	,01	,03	,07	,05	,04		,54
	6	,388E-04	190,066	,99	,49	,93	,41	,00		,44

a. Dependent Variable: PENDPT

Excluded Variables

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics			
					Tolerance	VIF	Minimum Tolerance	
2	DOZ	-,445 ^a	-,705	,493	-,192	1,241E-03	805,985	1,241E-03

a. Predictors in the Model: (Constant), HARGA, PROMOSI, PERALTN, TENKER, BHNBAKU

b. Dependent Variable: PENDPT

Residuals Statistics^a

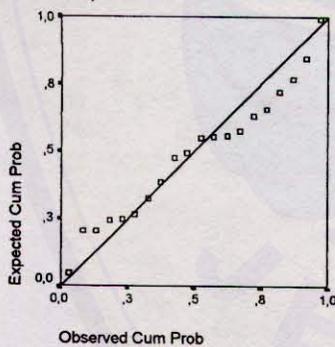
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-3,4E+07	2,9E+07	1,5E+07	13260485,34	20
Residual	-2117184	3088739	,0000	1085202,769	20
Std. Predicted Value	-3,697	1,061	,000	1,000	20
Std. Residual	-1,675	2,443	,000	,858	20

a. Dependent Variable: PENDPT

Charts

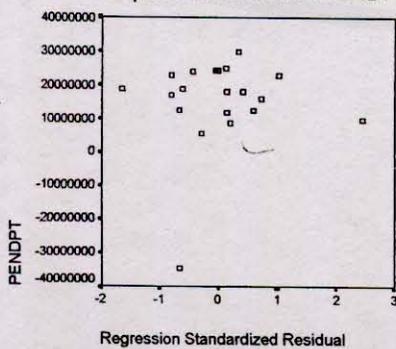
Normal P-P Plot of Regression :

Dependent Variable: PENDPT



Scatterplot

Dependent Variable: PENDPT



Lampiran 9. Tabel Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN :			
1. Kualitas TK relatif tinggi	0,10	2	0,20
2. Rekrutmen TK mudah	0,13	4	0,52
3. Kualitas produk terjamin	0,12	4	0,48
4. Harga bersaing	0,11	3	0,33
5. Terdapat komposisi kandungan	0,10	3	0,30
6. Lokasi perusahaan	0,09	3	0,27
KELEMAHAN :			
1. Tidak ada kemitraan	0,12	1	0,12
2. Kurangnya promosi	0,12	2	0,24
3. Bahan baku dari luar daerah	0,11	2	0,22
Total	1,00		2,68

Keterangan:

- Pemberian bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 sampai 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 dari 1 (tidak kuat) sampai dengan 4 (sangat kuat).

Dimana : 1 = tidak kuat – kurang kuat

2 = cukup kuat

3 = kuat

4 = sangat kuat

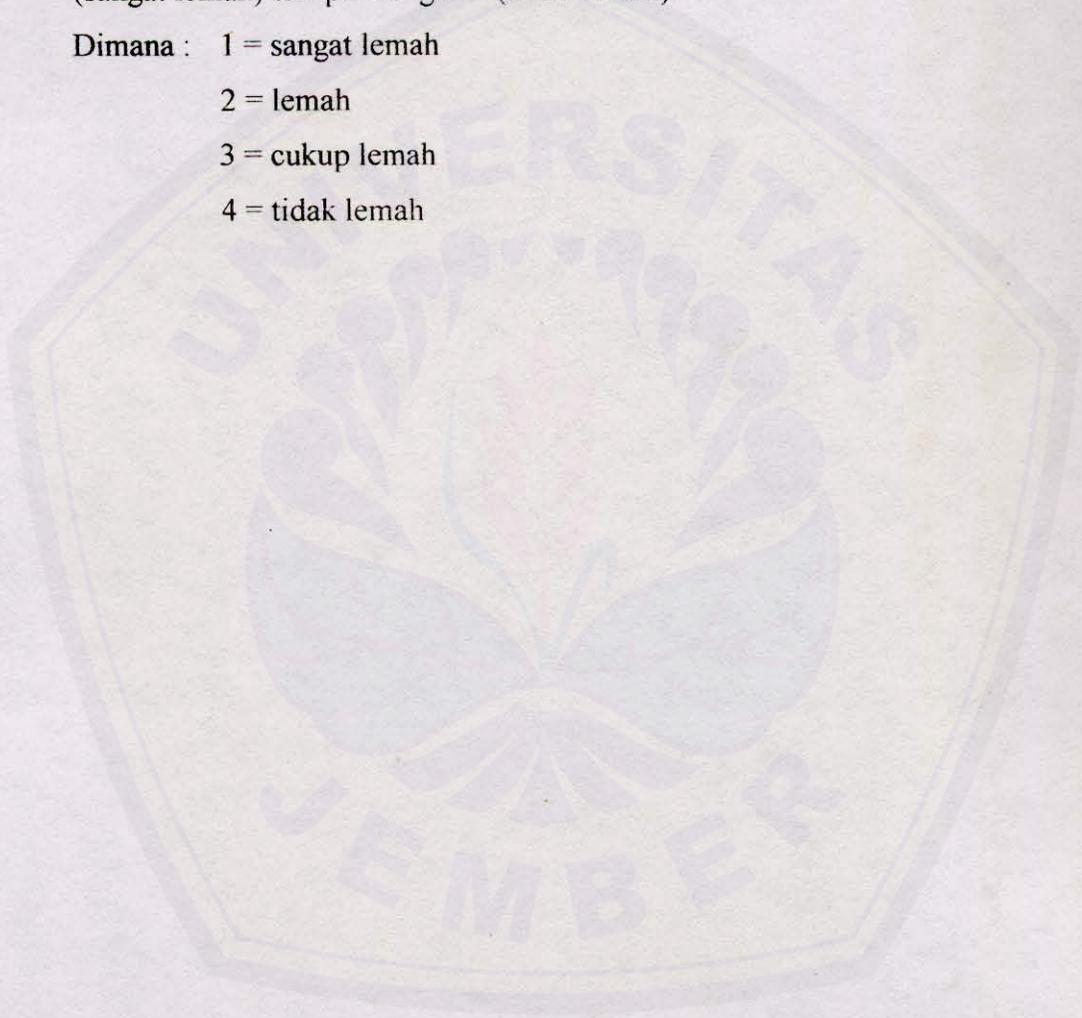
- Variabel yang masuk kategori kelemahan (weakness) diberi nilai mulai dari 1 (sangat lemah) sampai dengan 4 (tidak lemah).

Dimana : 1 = sangat lemah

2 = lemah

3 = cukup lemah

4 = tidak lemah



Lampiran 10. Tabel External Factors Analysis Summary (EFAS)

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG :			
1. Daerah pemasaran relatif luas	0,13	4	0,52
2. Sasaran pemasaran jelas	0,11	3	0,33
3. Diversifikasi produk	0,09	2	0,18
4. Perubahan pola konsumsi obat pada masyarakat	0,12	3	0,36
5. Kebijakan pemerintah	0,09	2	0,18
ANCAMAN :			
1. Pesaing usaha	0,13	1	0,13
2. Produk Aspal	0,11	1	0,11
3. Perubahan selera konsumen	0,12	3	0,26
4. Tehnologi baru	0,10	3	0,30
Total	1,00		2,37

Keterangan:

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

Dimana : 1,0 = paling penting

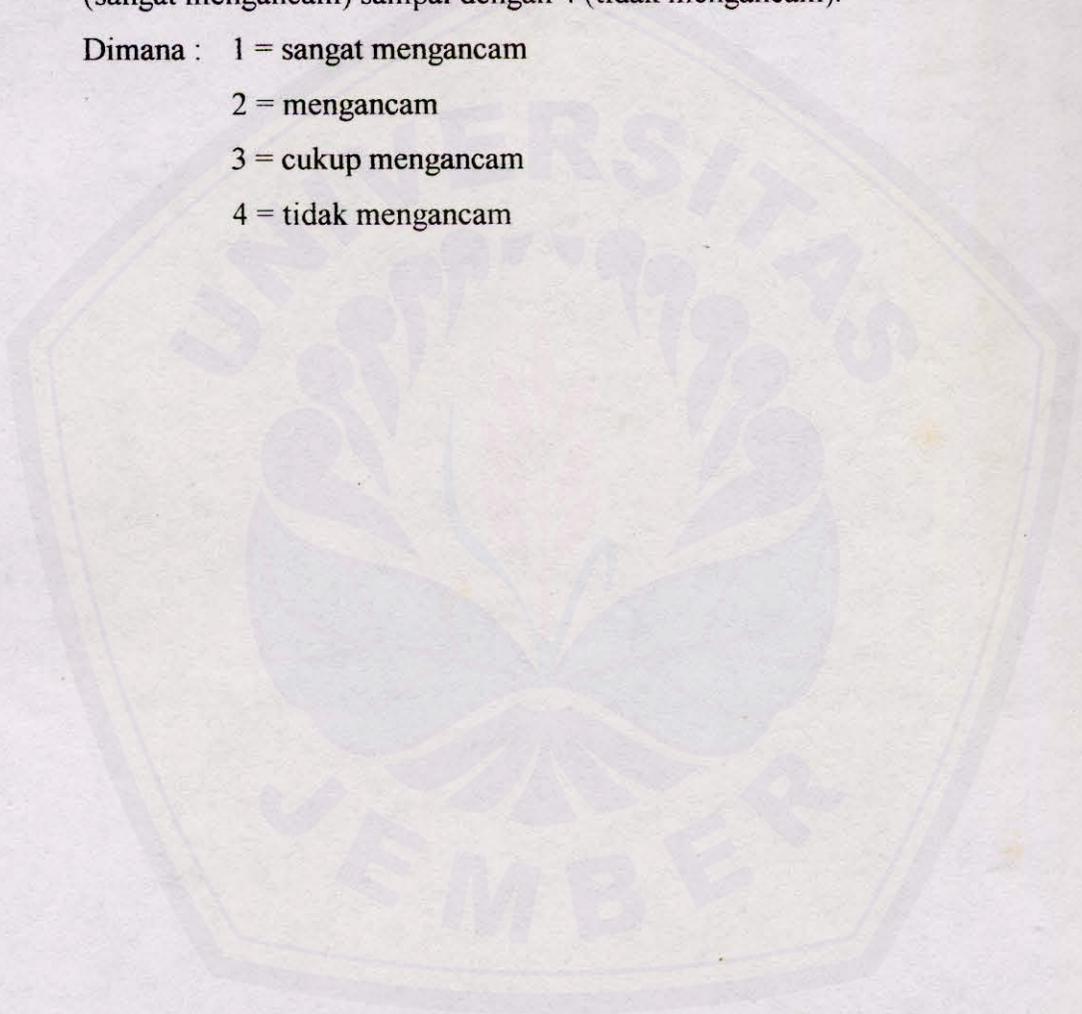
0,0 = tidak penting

- 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 berpeluang) sampai dengan 4 (sangat berpeluang).

Dimana: 1 = tidak berpeluang •
2 = cukup berpeluang
3 = berpeluang
4 = sangat berpeluang

- Variabel yang masuk kategori ancaman (threats) diberi nilai mulai dari 1 (sangat mengancam) sampai dengan 4 (tidak mengancam).

Dimana : 1 = sangat mengancam
2 = mengancam
3 = cukup mengancam
4 = tidak mengancam



Lampiran 11. Data Responden Agroindustri Jamu Tawon Klanceng

Nama	Jenis Pekerjaan	Data
1. Agus Setiobudi	Pemilik Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Proses produksi • Alokasi biaya • Bahan baku produksi • Pemasaran produk • Sejarah perusahaan • Kegiatan promosi
2. Ahmad Fauzi	Peg. Disperindag	<ul style="list-style-type: none"> • Ijin usaha, merek produk, dan pajak • Jumlah agroindustri jamu di Kabupaten Banyuwangi
3. Yani	Sekretaris	<ul style="list-style-type: none"> • Peralatan • Daerah pemasaran • Penerimaan/pengeluaran • Upah tenaga kerja
4. Andre	Agen	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk di pasaran
5. Iwan	Bag. Pemasakan	<ul style="list-style-type: none"> • Proses produksi jamu • Jenis-jenis bahan baku
6. Somen	Bag. Cuci Botol	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pencucian botol
7. Anang	Bag. Pengisian Botol	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pengisian jamu dan pengepakan botol



Milik OPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER