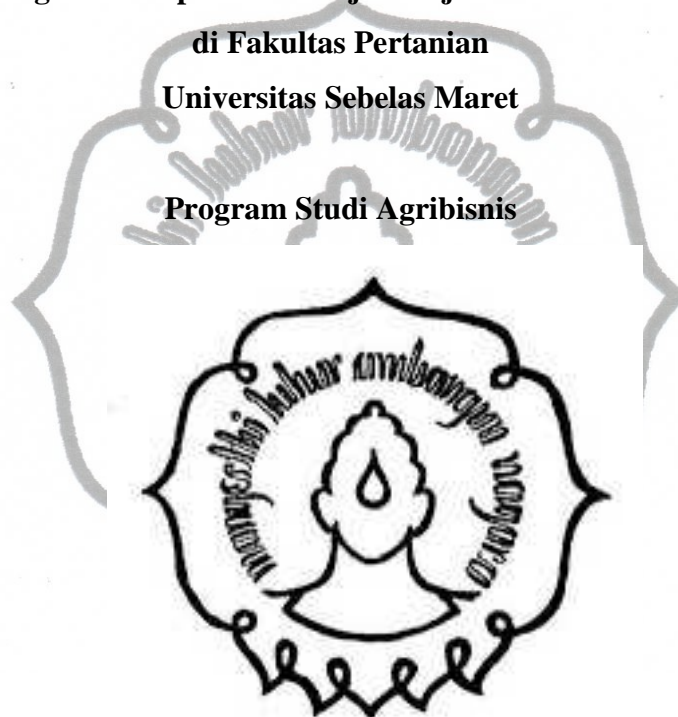


**STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI JAMU
DI KABUPATEN SUKOHARJO
(Studi Kasus di Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian
di Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret
Program Studi Agribisnis**



Oleh :

Danny Tri Saputra

H0812032

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

commit to user
2016

**STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI JAMU
DI KABUPATEN SUKOHARJO
(Studi Kasus di Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA)**

Yang diajukan dan disusun oleh :

Danny Tri Saputra

H0812032

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada : Agustus 2016
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Susunan Dewan penguji

Ketua

Anggota I

Anggota II

**Erlyna Wida Riptanti, SP.,MP
NIP. 19780708 200312 2 002**

**Nuning Setyowati, S.P., M.Sc
NIP. 19820325 200501 2 001**

**Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S.
19590709 1983032 001**

Surakarta, Agustus 2016

**Mengetahui,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas pertanian
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S
NIP 195602251986011001**

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayah-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul strategi pemasaran agroindustri jamu di Kabupaten Sukoharjo (studi kasus di agroindustri jamu UD. GATUTKACA) ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak pernah lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta sekaligus Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta sekaligus Dosen Penguji, terima kasih atas saran dan masukan dalam pembuatan skripsi ini.
4. Ibu Erlyna Wida Riptanti, S.P., M.P selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan dukungan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ir. Minar Ferichani, M.P selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan banyak masukan, saran serta arahan kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.

7. Orang tua penulis, Bapak Achamd Ramli dan Ibu Sri Kus Hartini yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil, doa, semangat dan kasih sayang yang sangat besar dan tidak pernah putus kepada penulis.
8. Kepala dan Staff Dinas Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo.
9. Kepala dan Staff Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sukoharjo.
10. Ibu Moertejo selaku ketua KOJAI (Koperasi Jamu Indonesia).
11. Ibu Widatik, Ibu Nita, dan Ibu Ana selaku pihak dari agroindustri jamu UD. GATUTKACA yang berkenan meluangkan waktu untuk menjadi responden dan memberikan informasi sesuai kebutuhan peneliti.
12. Kakak penulis, Lody dan Sendi yang selalu memberi doa dan dukungannya kepada penulis.
13. Triyani, Senna, Anang, Alfian, Ade, Denna, Ainun, Bella, Dewi, Linna, Opi, teman magang PUSLITKOKA, keluarga AGB-A 2012, dan teman-teman ARACHIS 2012 atas semua bantuan, saran, masukan, motivasi yang diberikan.
14. Teman yang telah menemani, selalu memberikan semangat, motivasi, doa, dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi penulis, Ku=ana Alpra
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritikan maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Amin

Surakarta,

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
II. LANDASAN TEORI.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Tinjauan Pustaka	13
1. Jamu	13
2. Agroindustri	15
3. Agroindustri Jamu.....	16
4. Manajemen Strategi	19
5. Strategi Pemasaran	20
6. Proses Manajemen Strategi	24
a) Analisis Lingkungan Perusahaan	24
b) Matriks EFE dan IFE.....	25
c) Matriks IE	26
d) Matriks SWOT	27
e) QSPM	28
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	29
D. Pembatasan Masalah	31
E. Definisi Operasional dan Teknik Pengukuran Variabel	31
III. METODE PENELITIAN	36
A. Metode Dasar Penelitian	36
B. Metode Pengambilan Sampel.....	36
1. Metode Penentuan Lokasi	36
2. Metode Penentuan Informan Kunci	37
C. Jenis dan Sumber Data	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41

1. Wawancara.....	41
2. Observasi	41
3. Pencatatan	41
E. Metode Analisis Data.....	42
1. Matriks EFE dan IFE	44
2. Matriks Internal-Eksternal (IE)	45
3. Matriks SWOT	46
4. QSPM.....	47
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Kondisi Umum.....	49
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	49
2. Lokasi Perusahaan	50
3. Struktur Organisasi	50
B. Hasil dan Pembahasan.....	53
1. Analisis Lingkungan Pemasaran Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	53
a. Analisis Lingkungan Internal.....	53
1) Bidang Produksi.....	53
2) Bidang Pemasaran (Bauran Pemasaran)	62
3) Sumberdaya Manusia.....	71
4) Sumberdaya Keuangan.....	72
5) Manajemen.....	73
6) CPOTB.....	75
b. Faktor Kekuatan Dan Kelemahan Pemasaran Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA.....	77
c. Analisis Lingkungan Eksternal	87
1) Faktor Ekonomi.....	87
2) Kebijakan pemerintah	89
3) Sosial budaya	91
4) Lembaga Pemasaran.....	93
5) Pesaing	95
6) Pemasok	96
7) Teknologi	97
8) Konsumen	98
d. Faktor Peluang Dan Ancaman Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	100
2. Strategi Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	108
a. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	108
b. Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	110
c. Matriks Internal Eksternal (IE)	112
d. Matriks <i>Strenght, Weakness, Opportunities, Threath</i> (SWOT)	114
e. Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	121

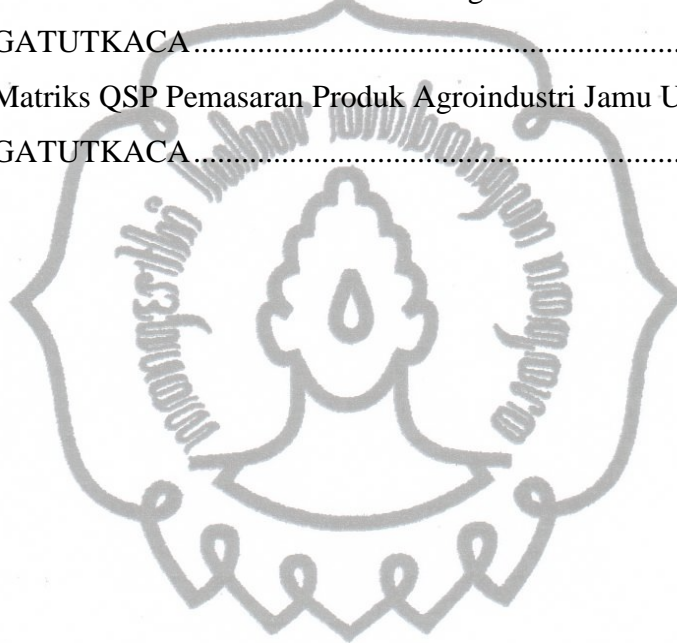
V. KESIMPULAN DAN SARAN	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Luas Areal Panen Tanaman Empon – Empon Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2015.....	2
Tabel 2. Kemampuan Produksi Produk agroindustri jamu UD. GATUTKACA Tahun 2015.....	3
Tabel 3. Data Hasil Penjualan Produk UD. GATUTKACA Tahun 2015	6
Tabel 4. Kegunaan, Jenis dan, Sumber Data.....	40
Tabel 5. Model matriks EFE.....	44
Tabel 6. Model matriks IFE.....	44
Tabel 7. Matriks <i>SWOT</i>	46
Tabel 8. Matriks QSPM.....	48
Tabel 9. Daftar bahan baku produk minuman instan agroindustri jamu UD. GATUTKACA.....	57
Tabel 10. Daftar bahan baku produk teh celup herbal agroindustri jamu UD. GATUTKACA.....	60
Tabel 11. Daftar Produk Minuman Instan dan Teh Celup Herbal UD. GATUTKACA.....	63
Tabel 12. Daftar Harga Produk Minuman Instan dan Teh Celup Herbal UD. GATUTKACA.....	66
Tabel 13. Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA.....	78
Tabel 14. Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang, 2010-2014 (rupiah).....	92
Tabel 15. Lembaga Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA.....	94
Tabel 16. Daftar Agroindustri Pesaing Produk Minuman Instan dan Teh Celup Herbal.....	95
Tabel 17. Sumber Informasi Konsumen Mengenai Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA.....	98

Tabel 18. Peluang dan Ancaman Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA di Kabupaten Sukoharjo	100
Tabel 19. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTAKACA	109
Tabel 20. Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	112
Tabel 21. Matriks SWOT Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	114
Tabel 22. Matriks QSP Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	123



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Kerangka Teori dan Pendekatan Masalah.....	29
Gambar 2. Matriks Internal – Eksternal (I-E).....	45
Gambar 3. Struktuk Organisasi Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	51
Gambar 4. Bagan Alur Pembuatan Minuman Instan	57
Gambar 5. Bagan Alur Pembuatan Teh Celup Herbal.....	59
Gambar 6. Saluran distribusi produk agroindustri jamu UD. GATUTKACA.....	68
Gambar 7. Tingkat Inflasi Bulanan Indonesia Tahun 2015- Mei 2016	88
Gambar 8. Matriks Internal-Eksternal (IE) Pemasaran Produk Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA	113

RINGKASAN

Danny Tri Saputra. H0812032. “**Strategi Pemasaran Agroindustri Jamu Di Kabupaten Sukoharjo (Studi Kasus di Agroindustri Jamu UD. GATUTKACA)**”, di bawah bimbingan Erlyna Wida Riptanti, SP .,M.P. dan Nuning Setyowati, SP., M.Sc, Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

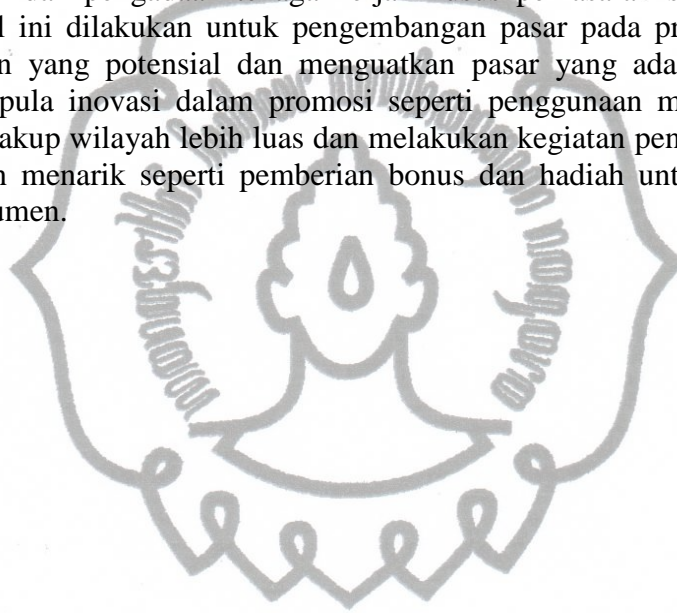
Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki potensi pertanian cukup tinggi, salah satunya potensi tanaman yang telah digunakan sebagai obat tradisional sejak dulu. Jamu yang merupakan obat tradisional Indonesia. Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi usaha jamu yang cukup besar. Hal tersebut dibuktikan dengan telah dideklarasikannya Kabupaten Sukoharjo sebagai Kabupaten Jamu. Kondisi ini menunjang berkembangnya agroindustri jamu di Kabupaten Sukoharjo, salah satunya agroindustri jamu UD. GATUTKACA. Namun dalam perkembangannya, agroindustri jamu UD. GATUTKACA menghadapi beberapa kesulitan terkait pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pemasaran, merumuskan alternatif strategi pemasaran, dan menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk agroindustri jamu UD. GATUTKACA.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan pencatatan. Sumber informan terdiri dari tiga informan dari pihak agroindustri jamu UD. GATUTKACA, pemasar tiga responden, satu pemasok simplisia, delapan konsumen, dua pesaing, dan dua instansi pemerintah. Metode analisis data menggunakan analisis matriks *Internal External* (IE), matriks *Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT), dan matriks *Quantitative Strategic Planning* (QSP).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran produk agroindustri jamu UD. GATUTKACA berdasarkan perolehan total nilai tertimbang pada matriks IFE EFE memiliki kekuatan terbesar pada pemilik mempunyai usaha lain yang dapat membantu usaha agroindustri jamu UD. GATUTKACA dengan skor 0,360, kelemahan terbesar terdapat pada belum adanya tenaga kerja khusus dibidang pemasaran dan jumlah pedagang perantara yang masih terbatas dengan skor masing-masing 0,168, sedangkan peluang terbesar adalah adanya dukungan pemerintah dengan skor 0,432, dan ancaman terbesar adalah berkembangnya industri jamu nasional dengan skor 0,170. Berdasarkan matiks IE maka diketahui bahwa agroindustri jamu UD. GATUTKACA berada pada sel V yaitu “menjaga dan mempertahankan” dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk yang dapat direkomendasikan terdiri dari meningkatkan loyalitas konsumen dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen, meningkatkan kepercayaan konsumen melalui sertifikasi produk, melakukan perbaikan pada manajemen tenaga kerja,

melakukan kegiatan penjualan menarik seperti promo potongan harga, pemberian bonus, dan tester bagi konsumen, melakukan perencanaan produksi yang baik untuk efisiensi biaya, dan menambah tenaga profesional di bagian pemasaran untuk membantu penetrasi dan pengembangan pasar

Dengan demikian diketahui prioritas strategi yang dapat dilakukan oleh agroindustri jamu UD. GATUTKACA adalah strategi menambah tenaga profesional di bagian pemasaran untuk membantu penetrasi dan pengembangan pasar yang lebih luas dengan perolehan total nilai daya tarik dalam matriks QSPM sebesar 5,302. Saran yang dapat direkomendasikan untuk agroindustri jamu di Kabupaten Sukoharjo adalah melakukan penambahan dan pengadaan tenaga kerja khusus pemasaran seperti sales produk. Hal ini dilakukan untuk pengembangan pasar pada produknya di wilayah lain yang potensial dan menguatkan pasar yang ada. Selain itu diperlukan pula inovasi dalam promosi seperti penggunaan media online untuk mencakup wilayah lebih luas dan melakukan kegiatan penjualan yang inovatif dan menarik seperti pemberian bonus dan hadiah untuk menarik minat konsumen.



Summary

Danny Tri Saputra. H0812032. “**Marketing Strategy of Agro-industry Jamu in Sukoharjo Regency (Case Study of Agro-industry Jamu UD. GATUTKACA)**”, under the guidance of Erlyna Wida Riptanti, SP., M.P. and Nuning Setyowati, SP., M.Sc, Faculty of Agriculture Sebelas Maret Surakarta University.

Indonesia, has a big enough agriculture potential since it is a tropical country. Part of plans were used as Herbal medicine for long time ago which is called Jamu.

The industries of Jamu in Indonesia evolve in Sukoharjo, one of district in Central Java which is called as a District of Jamu. Many agro-industry grew and expanded in this district included UD Gatutkaca. However, UD Gatutkaca has to encounter with an adversity of marketing. The aims of this research are to identify the strength, weakness, opportunity and threat, to formulate the alternative strategy of marketing, also to determine the priority strategy of product marketing by UD Gatutkaca.

Method used in this research was descriptive analytic method. Primary and secondary data was employed in research and it is collected by interview, observation and recording. Data sources consisted of three informants from UD Gatutkaca, three marketers, an agent of Simplisia, eight consumers, two competitors and two government instance. Data analyze method used matrix analyze Internal External (IE), matrix *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT), and matrix *Quantitative Strategic Planning* (QSP).

The result of this research showed from total value in matrix IFE EFE that the biggest strength of product marketing in UD GATUTKACA was an owner's another industry with score was 0,360. The biggest weakness in this marketing strategy was there is no marketing division with specialist employee and limited amount of broker with each score was 0,168. Government support is the biggest opportunity that its score 0,432 and with score was 0,170, increase of national herbal medicine industry is the biggest threat for UD GATUTKACA.

Agro-industry Jamu UD GATUTKACA prevail at V cell, "hold and maintain" by IE matrix. It explains that the tactical strategies should focus on market penetration and product development. Recommendation for this strategies could be strengthened consumer service and loyalty by persist in product quality, make a product certificate to increase the consumer trust, human resource management enhancement, interesting selling such as give a promo, bonus and tester for consumer, effective production planning, and recruit professional staff for marketing to help market penetration and product development.

Thus, the priority strategic using by UD GATUTKACA is professional employee recruitment in marketing to help market penetration and larger product development with score of total value in QSPM matrix was 5,302. Recommendation for agro-industry Jamu in Sukoharjo is doing

labour augmentation for marketing such as product sales specialist. It has advantage for product market development in another potential region and strengthened market which exist. Besides labour augmentation, agro-industry Jamu in Sukoharjo should do innovative promotion by online media to expand market and attractive selling by giving a bonus and interesting gift for consumer.





commit to user