

## MODEL PENINGKATAN DAYA SAING PENJUAL JAMU GENDONG SEBAGAI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA JAMBI

**Zulkifli**

Fakultas Ekonomi Universitas Jambi  
Kampus Pinang Masak, Mendalo – Darat Jambi

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil, pola pemasaran, pola sumber daya manusia, pola operasional, dan pola keuangan penjual jamu gendong di kota Jambi. Dengan diketahuinya hal tersebut maka selanjutnya dapat dirumuskan model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed method*). Tipe penelitian kombinasi yang digunakan adalah *sequential exploratory design* yaitu pada tahap awal penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif. Pada tahap penelitian kualitatif menggunakan pendekatan interpretif fenomenologi selanjutnya, pada tahap penelitian kuantitatif menggunakan alat analisis inferensial berupa *partial least square (PLS)*. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan sebagai berikut : 1) Profil penjual jamu gendong di Kota Jambi relatif homogeny; 2) Pengelolaan keuangan memiliki indikator sumber modal, besaran modal awal, biaya operasional, aset, pencatatan keuangan; 3) Pengelolaan pemasaran memiliki indikator produk, harga, promosi, dan distribusi; 4) Pengelolaan sumber daya memiliki indikator Perencanaan Sumberdaya Manusia, Upah/Kompensasi dan Tenaga Kerja; 5) Pengelolaan operasional memiliki indikator Kapasitas Produksi, Lokasi, Layout Usaha dan Aliran Kerja; 6) Model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di Kota Jambi terdiri dari variabel pengelolaan keuangan, pengelolaan pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia dan pengelolaan operasional terhadap variabel daya saing. Model ini menunjukkan bahwa belum mampunya penjual jamu gendong meningkatkan daya saingnya.

**Kata Kunci :** *Jamu Gendong, Daya Saing, Penelitian kombinasi, Sequential Exploratory Design.*

### PENDAHULUAN

Jamu merupakan minuman obat yang bahan bakunya berasal dari tumbuhan baik yang berupa buah, bunga, daun, tangkai, akar, maupun kulit. Bagi masyarakat Indonesia, racikan jamu tradisional merupakan salah satu warisan budaya yang tak ternilai harganya. Diperkirakan terdapat 150 jenis tumbuhan yang sudah sering digunakan sebagai bahan baku jamu.

Minuman tradisional berupa jamu disukai masyarakat dari kalangan bawah hingga masyarakat kelas menengah ke atas. Para konsumen pun memiliki alasan tersendiri hingga akhirnya mereka memilih jamu tradisional sebagai minuman favoritnya, salah satunya karena selain rasanya yang lezat, minuman tersebut memberikan banyak manfaat bagi kesehatan. Bahkan minuman tradisional ini aman dikonsumsi anak-anak, remaja, orang tua hingga lanjut usia. Jika awalnya jamu tradisional

hanya dijadikan sebagai ramuan obat, kini jamu tradisional banyak digunakan untuk meningkatkan stamina, melangsingkan dan menjadi minuman sehari-hari yang bermanfaat bagi tubuh maupun kecantikan. keberadaan Disis lain, jamu tradisional ini juga membuka lapangan kerja yang luas bagi ibu-ibu rumah tangga pedesaan

Menurut Ketua Gabungan Pengusaha Jamu Indonesia (GPJI) Charles Saerang mengatakan bahwa nilai omzet jamu nasional pada tahun 2010 sebesar Rp 10 triliun dan tahun 2011 mencapai Rp 11,5 triliun. Sedangkan pada tahun 2012 omzet jamu nasional mencapai Rp 13 triliun tahun ini, dari jumlah tersebut, Rp 1,3 triliun berasal dari jamu gendong (Detik Finance, 2012).

Jamu gendong merupakan salah satu obat tradisional yang banyak diminati masyarakat karena harganya yang terjangkau dan mudah diperoleh. Jamu yang dijual pedagang jamu gendong ini biasanya merupakan jamu hasil racikan sendiri atau dicampur dengan jamu yang telah dikemas secara modern. Pedagang jamu gendong juga menyediakan jamu serbuk atau pil hasil produksi industri jamu. Usaha jamu gendong pun terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Karena itu, sebenarnya jamu gendong sangat potensial untuk dikembangkan sebagai sebuah usaha.

Manajemen berasal dari bahasa Inggris "management" dengan kata artinya mengatur. Pengertian manajemen dari beberapa literature dapat dilihat dari tiga pengertian : (a) Manajemen sebagai proses, (b) Manajemen sebagai suatu kolektivitas manusia, (c) Manajemen sebagai ilmu dan seni.

Ketika ingin membangun sebuah usaha/ bisnis atau bahkan sedang berusaha, seorang pemilik usaha

selayaknya memiliki pengetahuan manajemen pemasaran, manajemen sumberdaya manusia, manajemen operasi, dan manajemen keuangan. Pengetahuan ini berguna agar usahanya dapat berjalan dengan baik dan benar.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan/ usaha untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler, 2004). Menurut dan Bitner dalam Kotler (2000) bauran pemasaran jasa berbeda dengan bauran pemasaran barang. Bauran pemasaran jasa terdiri dari : bauran produk, bauran harga, bauran tempat/ saluran distribusi, bauran promosi, bauran orang, bauran proses, bauran bukti fisik.

Menurut Hasibuan (2007) manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien memabtu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Adapun fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut : perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, seleksi, orientasi, latihan dan pengembangan, pemeliharaan, pemberhentian.

Manajemen operasional adalah studi tentang pengambilan keputusan dalam fungsi operasi dan bertanggung jawab untuk memproduksi barang dan jasa dalam organisasi. Pengoperasian sistem produksi dan operasi mencakup : penyusunan rencana produksi dan operasi, perencanaan dan pengendalian persediaan dan pengadaan bahan, pemeliharaan atau perawatan mesin dan peralatan, pengendalian mutu, manajemen tenaga kerja (sumber daya manusia)

Manajemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan. Ada 3 fungsi manajemen

keuangan (Brealey, Myers, Marcus, 2007), yaitu : keputusan investasi (*investment decision*), keputusan keuangan (*financial decision*), , keputusan deviden (*deviden decision*).

Mengingat besarnya potensi pasar konsumen jamu gendong, maka penelitian ini menjadi penting dan menarik sehingga layak untuk dilakukan penelitian. Oleh karena itu perlu dibangun suatu model peningkatan daya saing penjual jamu gendong sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian pertama yang meneliti tentang model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di Kota Jambi secara komprehensif dari aspek pemasaran,

aspek sumber daya manusia, aspek operasional, aspek keuangan.

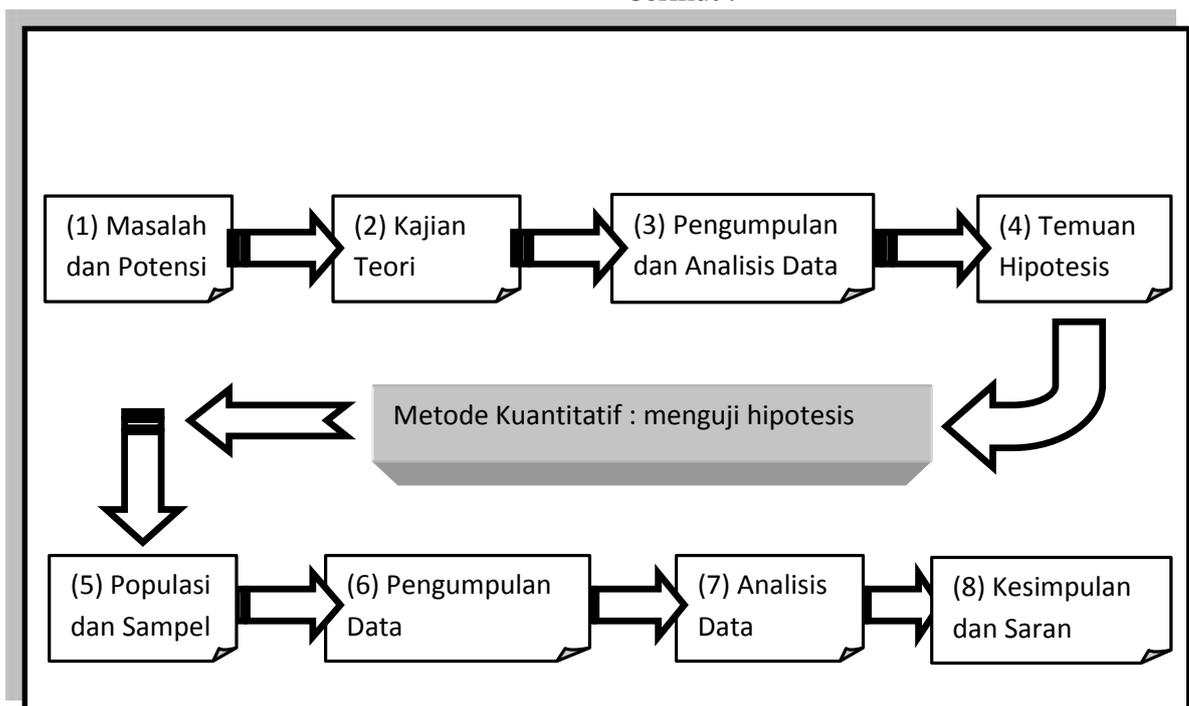
## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed method*), yaitu kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Adapun tipe penelitian kombinasi yang digunakan adalah *Sequential Exploratory Design*, yaitu pada tahap awal penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif.

### Tahapan Penelitian

Menurut Sugiono (2011), tipe penelitian *Sequential Exploratory Design* dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Tahapan Penelitian

### Tahap Kualitatif

#### Langkah (1) Masalah dan Potensi .

Masalah penelitian ini adalah belum adanya model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di kota Jambi.

Potensi adalah potensi pasar konsumen jamu gendong yang besar, sementara itu belum ada model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di kota Jambi.

### **Langkah (2) Kajian Teori.**

Kajian Teori dalam tahapan penelitian kualitatif ini menggunakan Pendekatan Interpretif Fenomenologi. Pendekatan ini merupakan berupaya mencari makna atas suatu fenomena yang berlandaskan bidang pemasaran, sumber daya manusia, operasional, dan keuangan.

### **Langkah (3) Pengumpulan Data dan Analisis Data**

Pengumpulan data dalam pendekatan Interpretif Fenomenologi menggunakan pendekatan *indepth interview* (wawancara mendalam), observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data
2. Analisis domain
3. Penarikan Kesimpulan, Verifikasi dan Refleksi.

### **Langkah (4) Temuan Hipotesis.**

Pada langkah temuan hipotesis ditemukan indikator dan variabel. Hasil temuan indikator dan variabel tersebut digunakan untuk mengetahui pola hubungan antar indikator, indikator dengan variabel, dan variabel dengan variabel dalam model peningkatan daya saing.

### **Tahap Kuantitatif**

#### **Langkah (5) Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini pejual jamu gendong di kota Jambi. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* tipe *judgement sampling*. Menurut Jogiyanto (2010), *judgement sampling* adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang didasarkan dari hasil penelitian kualitatif.

#### **Langkah (6) Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalah data primer. Metode pengumpulan data

pada penendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka.

#### **Langkah (7) Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 jenis analisis, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Adapun penjelasan dari masing-masing jenis analisis tersebut sebagai berikut:

##### **1. Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2006). Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif berupa statistik rata-rata.

##### **2. Statistik Inferensial**

Statistik inferensial adalah statistik yang digunakan untuk menarik inferensi dari sampel ke populasi (Jogiyanto, 2004). Statistik inferensial dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini menggunakan software SmartPLS versi 1.10.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

Pada tahap awal penelitian menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 125 orang penjual jamu gendong di Kota Jambi. Berdasarkan analisis kualitatif yang telah digunakan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan beberapa hal yang dapat mengidentifikasi profil penjual jamu gendong di kota Jambi, sebagai berikut:

**Tabel 1. Profil Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

No.	Atribut Penjual Jamu Gendong	Keterangan
1.	Asal daerah/suku	Jawa
2.	Jenis Kelamin	Seluruhnya Wanita
3.	Rentang usia	30 tahun hingga 45 tahun
4.	Latar belakang pendidikan	Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Umum (SMP)
5.	Pemilik Usaha	penjual jamu itu sendiri
6.	Lama usaha	1 s.d 20 tahun
7.	Modal usaha	Berasal dari diri sendiri
8.	Modal awal	Rp. 100.000,- s.d Rp.1.000.000,-
9.	Omzet per hari	Rp. 50.000,- s.d Rp. 150.000,-
10.	Keuntungan per hari	Rp. 50.000,- s.d Rp. 150.000,-
11.	Pendapatan	Tidak membedakan uang hasil usaha dan pribadi.
12.	Alat memasarkan	Memasarkan sendiri dengan cara memanggung bakul jamu, menggunakan sepeda, menggunakan sepeda motor
13.	Cara memasarkan	Dengan cara lisan, berpenampilan rapi dan sopan
14.	Lokasi pasar	Yang memanggul jamu memasarkan disekitar tempat tinggalnya, yang menggunakan sepeda dan sepeda motor relative lebih jauh dari tempat tinggal
15.	Harga	Tidak menetapkan harga, harga kadang-kadang berdarkan kesepakatan dengan pembeli
16.	Kemasan	jamu cair dikemas dalam botol, jamu serbuk dikmas dalam kemasan sachet.
17.	Promosi	Tidak melakukan promosi tetapi hanya mementingan kualitas produk
18.	Tenaga kerja	Penjual jamu sebagai pemilik sekaligus tenaga kerja
No.	Atribut Penjual Jamu Gendong	Keterangan
18.	Penggajian	Tidak melakukan penggajian krn tidak membedakan pendapat usaha dengan pendapatan pribadi
19.	Operasional	Tidak pernah melakukan pencatatan kegiatan
20.	Tranning	Hampir tidak pernah mendapatkan bantuan teknis dan manajemen

Sumber : data diolah dari responden

#### **Pola Keuangan Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan maka dapat

dirumuskan pola keuangan penjual jamu gendong di kota Jambi berupa variabel pengelolaan keuangan dan indikatornya. Adapun variabel

pengelolaan keuangan (X1) memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Sumber Modal (X1.1), indikator ini menggambarkan sumber modal yang berasal dari modal sendiri usaha jamu gendong tersebut
- b. Besaran Modal Awal (X1.2), indikator ini menggambarkan besaran modal awal usaha jamu gendong tersebut
- c. Biaya Operasional (X1.3), indikator ini menggambarkan biaya operasional usaha jamu gendong tersebut
- d. Aset (X1.4), indikator ini menggambarkan aset yang digunakan untuk usaha jamu gendong tersebut
- e. Pencatatan Keuangan (X1.5), indikator ini menggambarkan kegiatan pencatatan penerimaan dan pengeluaran usaha jamu gendong tersebut

#### **Pola Pemasaran Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan maka dapat dirumuskan pola keuangan penjual jamu gendong di kota Jambi berupa variabel pengelolaan keuangan dan indikatornya. Adapun variabel pengelolaan pemasaran (X2) memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Produk (X2.1), indikator ini menggambarkan kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual jamu gendong tersebut
- b. Harga (X2.2.), indikator ini menggambarkan harga yang ditawarkan oleh penjual jamu gendong tersebut.
- c. Promosi (X2.3), indikator ini menggambarkan upaya yang dilakukan oleh penjual jamu gending tersebut untuk menjual produknya.
- d. Distribusi (X2.4), indikator ini menggambarkan penentuan yang

tepat untuk berjualan jamu gendong

#### **Pola Sumberdaya Manusia Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan maka dapat dirumuskan pola sumberdaya manusia penjual jamu gendong di kota Jambi berupa variabel pengelolaan sumberdaya manusia dan indikatornya. Adapun variabel pengelolaan sumberdaya manusia (X3) memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Perencanaan Sumberdaya Manusia (X3.1), indikator ini menggambarkan menggunakan perencanaan sumberdaya manusia terhadap tenaga kerjanya.
- b. Upah/Kompensasi (X3.2), indikator ini menggambarkan penggunaan pengupahan yang standar pengupahan daerah
- c. Tenaga Kerja (X3.3), indikator ini menggambarkan penggunaan tenaga kerja dalam kegiatan penjualan jamu gendong

#### **Pola Operasional Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan maka dapat dirumuskan pola sumberdaya manusia penjual jamu gendong di kota Jambi berupa variabel pengelolaan operasional dan indikatornya. Adapun variabel pengelolaan operasional (X4) memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Kapasitas Produksi (X4.1), indikator ini menggambarkan penentuan kapasitas produksi.
- b. Lokasi (X4.2), indikator ini menggambarkan penentuan lokasi yang strategis untuk berusaha
- c. Layout Usaha (X4.3), indikator ini menggambarkan pertimbangan layout dalam menyusun tata letak jamu dalam bakul jamu.

- d. Aliran Kerja (X4.4), indikator ini menggambarkan penentuan aliran kerja dalam berjualan jamu gendong.

### **Model Peningkatan Daya Saing Penjual Jamu Gendong di Kota Jambi**

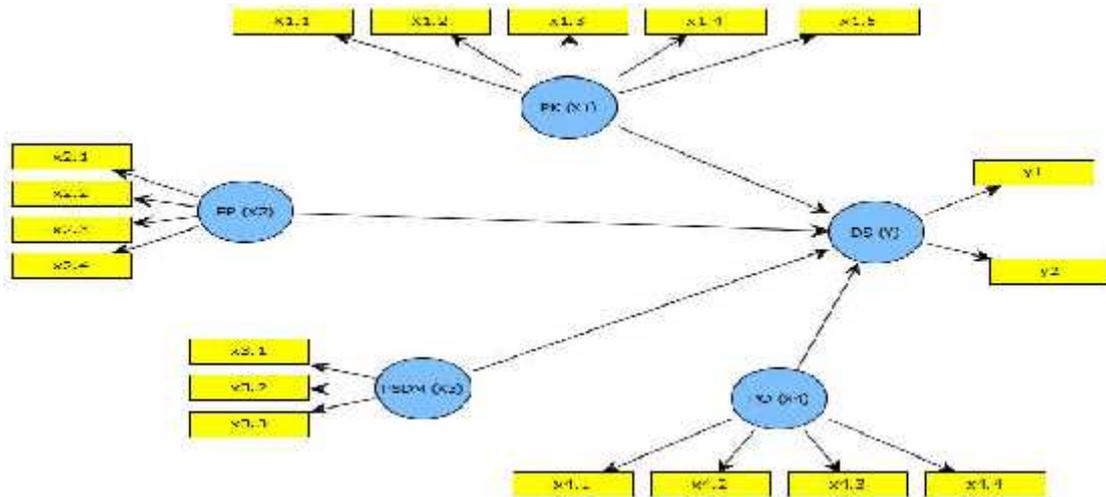
Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan maka dapat dirumuskan pola daya saing jamu gendong di kota Jambi berupa variabel daya saing dan indikatornya. Adapun variabel daya saing (Y) memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Profitabilitas (Y1), indikator ini menggambarkan besaran keuntungan yang telah diperoleh oleh penjual jamu gendong sejak memulai usaha hingga saat ini.
- b. Omzet (Y2), indikator ini menggambarkan besaran omzet yang telah diperoleh oleh penjual jamu gendong sejak memulai usaha hingga saat ini.

Setelah tahapan analisis kualitatif dilakukan maka selanjutnya akan dilakukan tahapan analisis kuantitatif.. Ada 2 (dua) kelompok variabel yang telah ditemukan dalam penelitian ini. Pertama, variabel pengelolaan keuangan, variabel pemasaran, dan variabel pengelolaan sumberdaya manusia, serta variabel pengelolaan operasional sebagai kelompok variabel independen. Kedua, variabel daya saing sebagai variabel dependen. Variabel dan indikator yang telah

dihasilkan dari analisis kualitatif tersebut merupakan variabel dan indikator yang masih bersifat preposisi. Pola hubungan antara indikator terhadap variabel dalam penelitian ini bersifat reflektif. Oleh karena itu untuk membangun model pengaruh dari beberapa variabel independen tersebut terhadap variabel dependen, maka teknik analisis yang tepat adalah menggunakan model persamaan structural (*structural Eqyaution modeling*). Model persamaan structural yang tepat dengan variabel dan indikator yang masih bersifat preposisi dan pola hubungan antara indikator terhadap variabel bersifat reflektif adalah *variance* atau *component – based structural modeling* yang dikenal dengan istilah *partial least squares* (PLS).

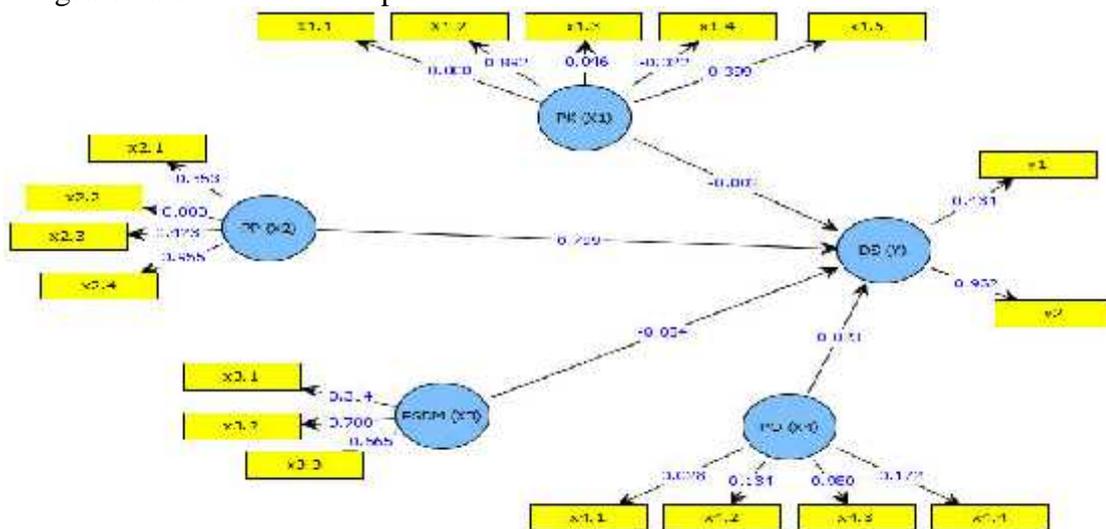
Tahapan analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan partial least square (PLS) dengan software SmartPLS versi 1.10. Setelah mengetahui variabel dan indikator dalam model penelitian, maka selanjutnya menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memberikan skor penilaian dengan skala linkert 1 s.d 5 terhadap indikator-indiaktor tersebut. Hasil skoring dari responden tsb diinput dalam prodran excel dan selanjutnya ditransfer kedalam program SmartPLS. Model penelitian ini dapat digambarkan dalam SmartPLS sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

Setelah menggambarkan model penelitian dengan SmartPLS tersebut, maka dilakukan perhitungan dengan *calculate* model penelitian

tersebut. Hasil *calculate* model penelitian tsb dapat dilihat pada gambar 3 berikut



Gambar 3. Hasil *Calculate* Model Penelitian

Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2006) suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *loading factor*-nya lebih besar dari 0,70. Sedangkan *loading factor* 0,5 sampai dengan 0,6 masih dapat dipertahankan untuk model yang masih dalam tahap pengembangan.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SmartPLS, pada gambar 3 terlihat bahwa hanya indikator besaran modal awal (X1.2) pada variabel pengelolaan keuangan memiliki *loading factor* diatas 0,5 yaitu sebesar 0,892. Sehingga indikator besaran modal awal (X1.2) merupakan

satu-satunya merefleksikan variabel pengelolaan keuangan.

Indikator tempat/distribusi (X2.4) merupakan satu-satunya indikator yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 yaitu sebesar 0,955 pada variabel pengelolaan pemasaran. Dengan demikian indikator tempat/distribusi merupakan satu-satunya indikator yang merefleksikan variabel pengelolaan pemasaran.

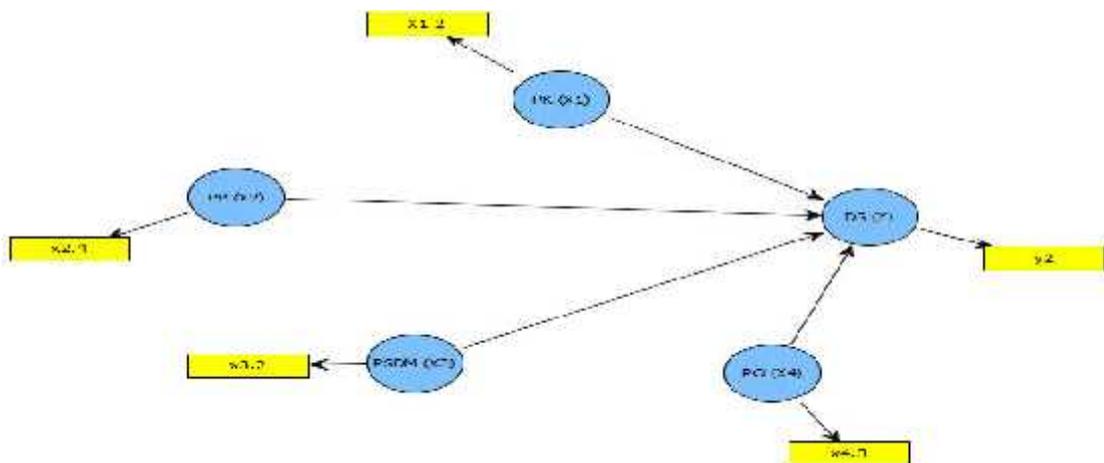
Selanjutnya, variabel pengelolaan sumberdaya manusia juga memiliki satu indikator yang *loading factornya* diatas 0,5 yaitu indikator upah (X3.2) dengan *loading factor* sebesar 0,7. Sehingga variabel indikator upah (X3.2) merupakan satu-satunya indikator yang merefleksikan variabel sumberdaya manusia.

Variabel pengelolaan operasional juga hanya memiliki indikator yang *loading factornya* diatas 0,5 yaitu indikator

layout usaha (X4.3) dengan *loading factor* sebesar 0,980. Dengan demikian variabel pengelolaan operasional direfleksikan onleh indikator layout usaha.

Demikian juga halnya pada variabel daya saing, indikator omzet usaha (Y2) merupakan satu-satunya yang merefleksikan variabel daya saing. Hal ini karena nilai *loading factor* omzet perusahaan diatas 0,5 yaitu sebesar 0,962.

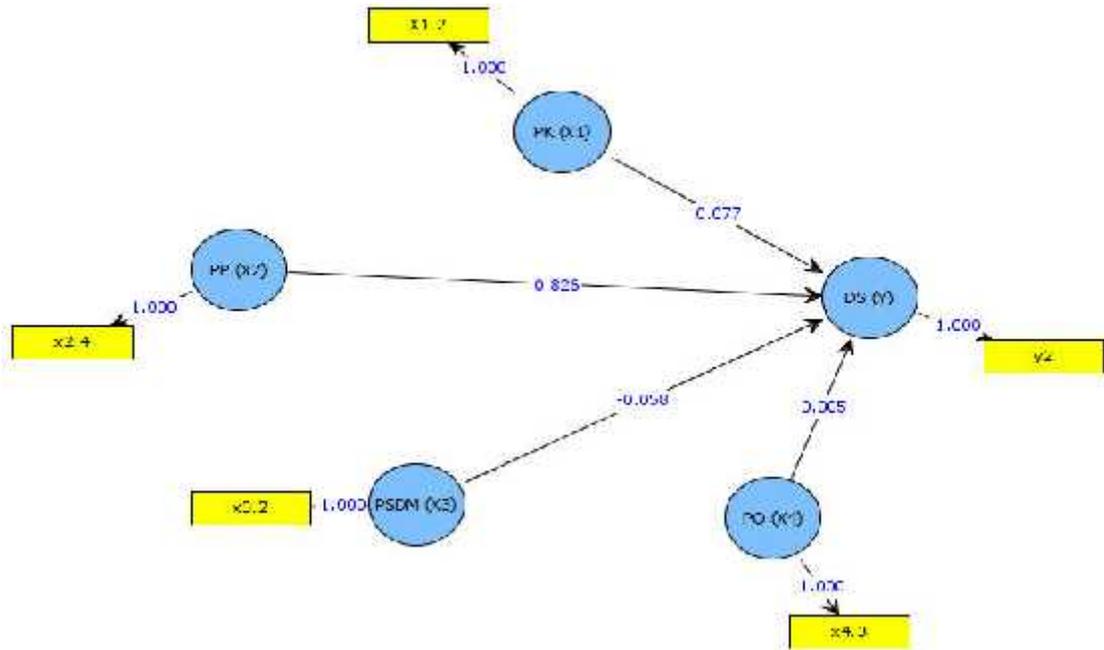
Indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,5 harus dikeluarkan (dropping) dari model penelitian sehingga yang tertinggal adalah indikator yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5. Oleh karena itu, model penelitian setelah dilakukan dropping terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4. Model Penelitian Setelah Dilakukan Dropping Indikator

Setelah adanya model baru tersebut (model hasil dropping) maka selanjutnya dilakukan kembali *calculate* terhadap model tersebut.

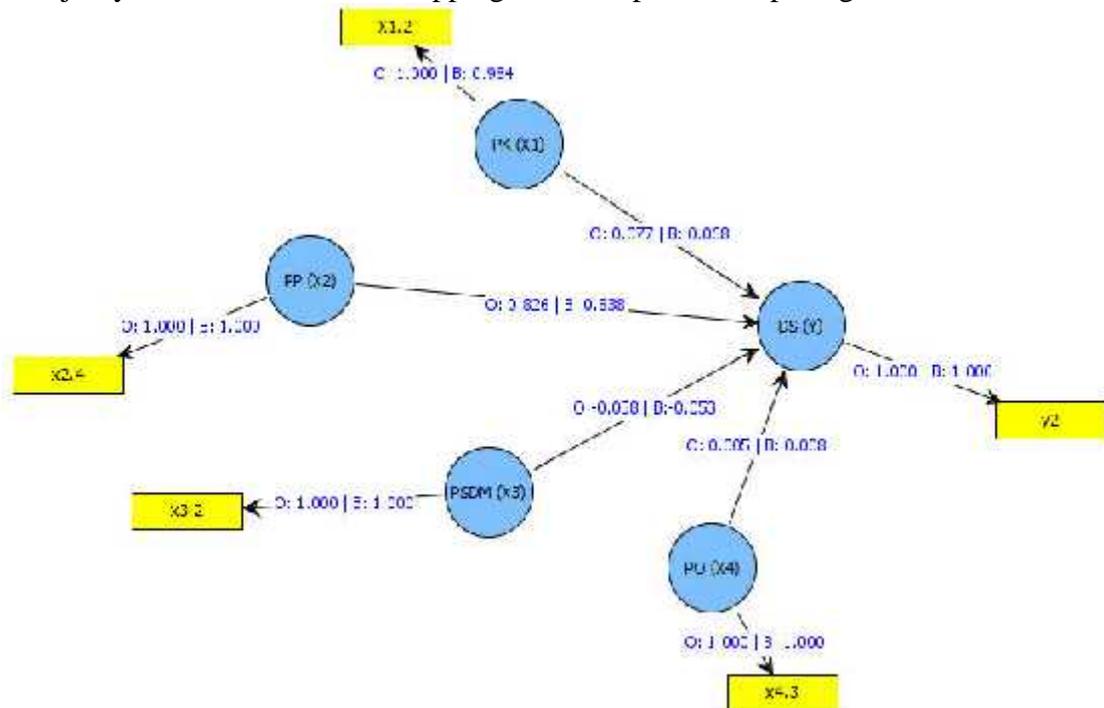
Hasil *calculate* yang dilakukan terhadap model baru maka dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5. Hasil Calculate Model Baru

Setelah dilakukan *calculate* selanjutnya dilakukan bootstrapping

terhadap model baru dengan hasil dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 6. Hasil *Bootsapping* Terhadap Model Baru

Hasil *bootstrap* juga menghasilkan tabel setting yang menjelaskan jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak

125 responden. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2. Setting**

**Settings**

[ CSV-Version ]

number of cases in original sample	125
preprocessing option	no changes
cases per sample	100
number of samples	125

Hasil *bootstrap* juga menghasilkan tabel *result for outer loadings*. Tabel ini menggambarkan kemampuan merefleksikan dan signifikansi indikator terhadap variabelnya. Berdasarkan tabel 3 tersebut terlihat

bahwa indikator besaran modal awal (X1.2) mampu merefleksikan dan signifikan terhadap variabel pengelolaan keuangan. Sedangkan indikator lainnya tdk signifikan.

**Tabel 3. Results For Outer Loading**

**results for outer loadings**

[ CSV-Version ]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
PP (X2)				
x2.4	1.000	1.000	0.000	
PK (X1)				
X1.2	1.000	0.984	0.173	5.613
DS (Y)				
y2	1.000	1.000	0.000	
PSDM (X3)				
x3.2	1.000	1.000	0.000	
PD (X4)				
x4.3	1.000	1.000	0.000	

Hasil *bootstrap* juga menghasilkan tabel *results for inner weights*. Tabel ini menjelaskan pengaruh antara

variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. Result s For Inner Weights**

results for inner weights

[ CSV-Version ]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T Statistic
PP (X2) -> DS (Y)	0.026	0.000	0.064	12.995
PK (X1) -> DS (Y)	0.077	0.000	0.060	1.279
P5DM (X3) -> DS (Y)	-0.058	-0.053	0.030	1.936
PU (X4) -> DS (Y)	0.005	0.006	0.038	0.123

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa variabel pengelolaan keuangan, variabel pengelolaan sumberdaya manusia, variabel pengelolaan operasional tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap daya saing. Sebaliknya, hanya variabel pengelolaan pemasaran yang direfleksikan oleh tempat/distribusi (X2.4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap daya saing yang direfleksikan oleh omset usaha. Hal ini dikarenakan variabel pengelolaan pemasaran memiliki nilai t-statistik sebesar 12,995 diatas 1,96 (tingkat signifikansi dilihat dari variabel yang memiliki t-statistik diatas 1,96). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak tempat/distribusi yang dilakukan oleh penjual jamu gendong maka semakin meningkatkan omset usahanya. Merujuk dari hasil ini maka perlunya pengetahuan bagi penjual jamu gendong untuk memasarkan jamu gendongnya ke tempat/lokasi yang memberikan peningkatan omset usahanya. Beberapa kemungkinan tempat/lokasi untuk memasarkan jamu gendong ini seperti di perkantoran pemerintah dan swasta, hotel-hotel.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Profil penjual jamu gendong di Kota Jambi relatif homogen.
2. Pengelolaan keuangan memiliki indikator sumber modal, besaran modal awal, biaya operasional, aset, pencatatan keuangan.
3. Pengelolaan pemasaran memiliki indikator produk, harga, promosi, dan distribusi.
4. Pengelolaan sumber daya memiliki indikator Perencanaan Sumberdaya Manusia, Upah/Kompensasi dan Tenaga Kerja.
5. Pengelolaan operasional memiliki indikator Kapasitas Produksi, Lokasi, Layout Usaha dan Aliran Kerja.
6. Model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di Kota Jambi terdiri dari variabel pengelolaan keuangan, pengelolaan pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia dan pengelolaan operasional terhadap variabel daya saing. Model ini menunjukkan bahwa belum mampunya penjual jamu gendong meningkatkan daya saingnya.

### Saran

Dengan belum mampunya penjual jamu gendong meningkatkan daya saing, maka perlu diketahuinya upaya-upaya untuk meningkatkan daya saing tersebut. Upaya-upaya tersebut diantaranya berasal dari eksternal

penjual jamu gendong seperti adanya bantuan manajemen dan bantuan dari pihak-pihak lain, diantaranya swasta maupun pemerintah. Oleh karena itu peneliti memandang penting dan menarik serta perlunya penelitian di tahun kedua.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Brealey, Myers, Marcus, (2007). Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi Kelima. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Ghozali, I. 2008. Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Edisi 2. BP-Undip.
- Jogiyanto. 2010. Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. BPFE Fakultas Ekonomi UGM. Yogyakarta.
- Hasibuan. M (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi). Penerbit Bumi Aksara. Jakarta
- Kotler, 2004. Pemasaranwww. Detik Finance, 2012
- Sugiono (2011). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). Penerbit Alfabeta. Bandung
- Solimun dan Rinaldo, A. 2009. Pemodelan Persamaan Struktural Pendekatan PLS dan SEM Aplikasi Software SmartPLS dan Amos. Laboratorium Statistika FMIPA Universitas Brawijaya Malang.

