

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

**Firmansyah, Edward, dan Zulkifli**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi  
Kampus Pinang Masak, Mendalo – Darat Jambi 36361

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang, ancaman, dan kekuatan serta kelemahan model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di kota Jambi, dan menemukan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di kota Jambi, serta merumuskan pengembangan model peningkatan daya saing dengan menambahkan faktor eksternal dan internal bagi penjual jamu gendong di kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed method*) dengan tipe *sequential exploratory design*. 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) Variabel faktor eksternal memiliki indikator lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan pesaing, 2) Variabel faktor internal memiliki indikator pendidikan dan pelatihan 3) Variabel pengelolaan usaha memiliki indikator modal awal, tempat/distribusi, indikator upah, indikator layout usaha. 4) Model peningkatan daya saing penjual jamu gendong dilakukan dengan meningkatkan modal awal dan memperluas dan memperbanyak saluran distribusi pemasarannya.

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

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

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. 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 Disisi 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. Usaha jamu gendong pun terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Hasil penelitian ini tahun pertama penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Profil penjual jamu gendong di kota Jambi relatif homogen, (2) Variabel pengelolaan keuangan memiliki indikator sumber modal, besaran modal awal, biaya operasional, aset, pencatatan keuangan, (3) variabel pengelolaan pemasaran memiliki indikator produk, harga, promosi, dan distribusi, (4) Variabel pengelolaan sumber daya memiliki indikator perencanaan sumberdaya manusia, upah/kompensasi dan tenaga kerja, (5) Variabel 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.

Hasil penelitian tahun pertama juga menemukan bahwa berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SmartPLS, 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.

Hasil tahun pertama juga menemukan 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.

Hasil tahun pertama juga menemukan 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 oleh indikator layout usaha.

Demikian juga halnya pada variabel daya saing, hasil tahun pertama menemukan 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.

Setelah mengetahui indikator signifikan yang merefleksikan masing-masing variabel maka selanjutnya merunning model dengan menggunakan Smart PLS maka ditemukan 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 omzet usaha. semakin banyak tempat/distribusi yang dilakukan oleh penjual jamu gendong maka semakin meningkatkan omzet usahanya. Merujuk dari hasil ini maka perlunya pengetahuan bagi penjual jamu gendong untuk

memasarkan jamu gendongnya ke tempat/lokasi yang memberikan peningkatan omset usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian tahun pertama penelitian tersebut dan mengingat besarnya potensi pasar konsumen jamu gendong, maka penelitian tahun kedua penelitian ini menjadi penting dan menarik sehingga layak untuk dilakukan penelitian. Penelitian tahun kedua penelitian ini bertujuan melakukan pengembangan model peningkatan daya saing penjual jamu gendong dengan melakukan analisis peluang, tantangan, kekuatan dan kelemahan sehingga menemukan faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi peningkatan daya saing penjual jamu gendong di kota Jambi.

Berdasarkan hasil penelitian tahun pertama yang menyimpulkan bahwa penjual jamu gendong belum mempunyai mampu meningkatkan daya saingnya dan besarnya potensi pasar konsumen jamu gendong maka adalah sangat menarik dan penting untuk mengetahui dan

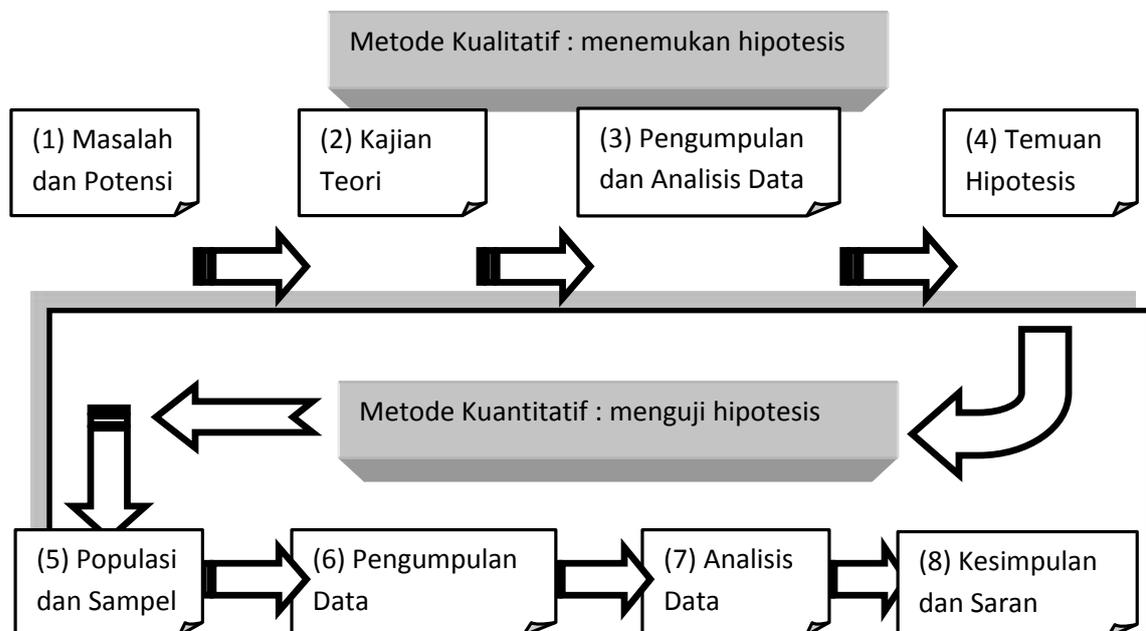
merumuskan pengembangan model peningkatan daya saing penjual jamu gendong di Kota Jambi. Dengan diperolehnya rumusan tersebut maka memberikan kontribusi terhadap daya saing penjual jamu gendong sebagai usaha mikro kecil dan menengah di kota Jambi.

## METODE 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 :



## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menemukan bahwa usaha jamu gendong masih mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan. Hal ini dapat terlihat dari masih besarnya potensi pasar usaha jamu gendong. Hal ini didukung oleh masih adanya budaya di masyarakat untuk meminum jamu, yang disebabkan adanya pemahaman dari masyarakat bahwa minum jamu gendong memberikan kesehatan bagi tubuh.

Disisi lain, usaha jamu gendong mendapat ancaman dari produk-produk kesehatan yang menawarkan dan menjanjikan kesehatan dengan meminum obat-obatan tersebut. Obat-obatan tersebut menawarkan kemudahan dan kepraktisan untuk mengkonsumsinya jika dibandingkan dengan cara mengkonsumsi jamu gendong.

Kekuatan usaha jamu gendong ini diantaranya adalah proses menghasilkan jamu yang masih tradisional. Hal ini memberikan nuansa yang lebih alami dan budaya. Kekuatan lainnya adalah pola pemasarannya. Jamu dipasarkan dengan cara digendong oleh penjual jamu dan penjual jamu memasarkan dengan cara berjalan dari rumah ke rumah. Kelebihan pola ini adalah memberikan interaksi yang lebih dalam dan lama antara penjual jamu dan pembeli.

Kelemahan dari usaha jamu ini adalah para penjual jamu gendong belum mengetahui cara-cara memasarkan produk. Penjual jamu hanya tahu menjual tapi belum tahu memasarkan jamu.

### **Faktor Eksternal dan Internal yang Mempengaruhi Model Peningkatan Daya Saing Penjual Jamu Gendong.**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan tahap penelitian kualitatif

dengan pendekatan interpretif fenomenologi dengan menyebarkan kuisisioner dan wawancara maka dapat diperoleh 2 hal yang mempengaruhi penjual jamu gendong, yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Setelah melakukan mentabulasi maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan umum, lingkungan industri, lingkungan pesaing merupakan indikator yang merefleksikan variabel faktor eksternal penjual jamu gendong. Sebaliknya pendidikan dan pelatihan merupakan indikator yang merefleksikan faktor internal penjual jamu gendong.

### **Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing Penjual Jamu Gendong.**

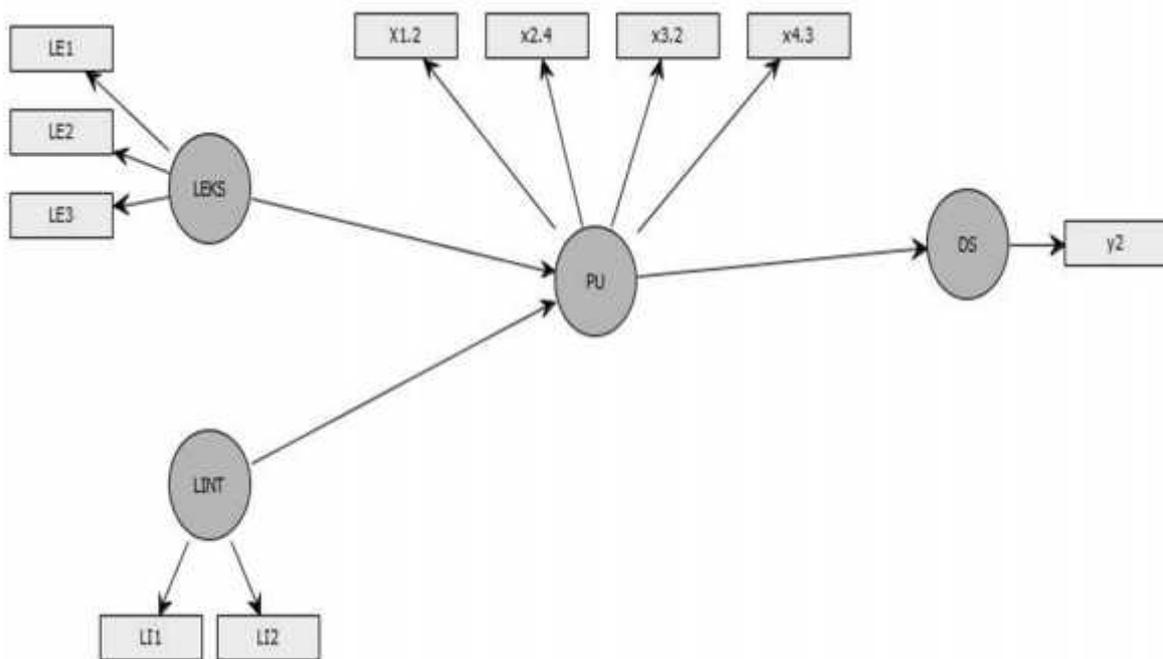
Berdasarkan model penelitian tahun pertama, maka ditemukan indikator modal awal (X1.2) merefleksikan variabel pengelolaan keuangan, indikator tempat/distribusi (X2.4) merefleksikan variabel pengelolaan pemasaran, indikator upah (X3.2) merefleksikan variabel sumberdaya manusia, indikator layout usaha (X4.3) merefleksikan variabel pengelolaan operasional dan indikator omzet usaha (Y2) merefleksikan variabel daya saing. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pengelolaan usaha (PU) jamu gendong direfleksikan oleh indikator modal awal (X1.2), indikator tempat/distribusi (X2.4), indikator upah (X3.2), indikator layout usaha (X4.3). Sedangkan variabel daya saing (DS) hanya direfleksikan oleh indikator omzet usaha (Y2).

Tahapan analisis kaulitatif menemukan variabel lingkungan eksternal (LEKS) direfleksikan oleh indikator lingkungan umum (LE1), indikator lingkungan industri (LE2), dan indikator lingkungan pesaing (LE3). Disisi lain, variabel lingkungan internal

(LINT) oleh indikator pendidikan (LI1) dan indikator pelatihan (LI2).

Setelah tahapan analisis kualitatif dilakukan maka selanjutnya akan dilakukan tahapan analisis kuantitatif dengan teknik analisis yaitu menggunakan model persamaan structural (*structural Equation 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).

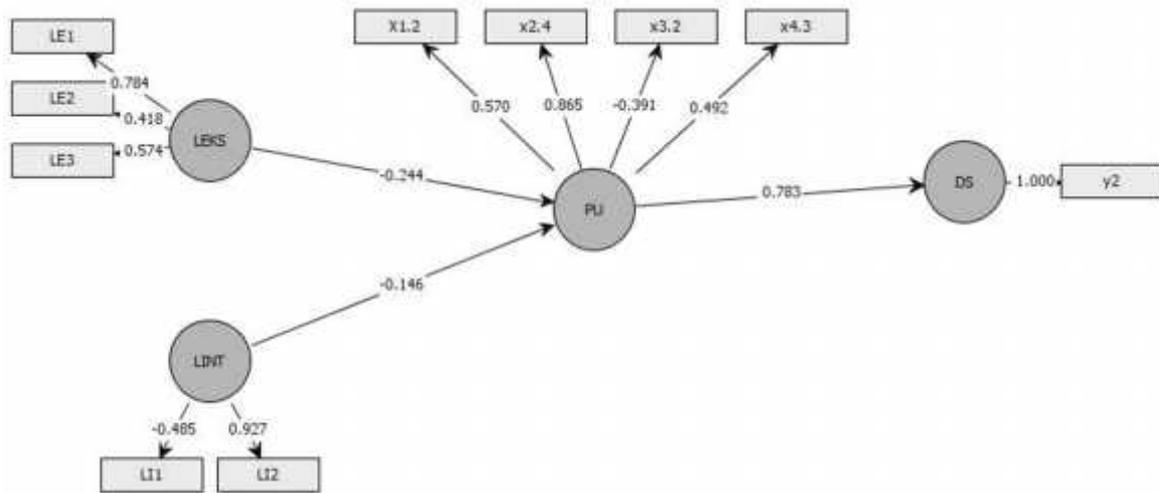
Tahapan analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan partial least square (PLS) dengan software SmartPLS versi 1.10. Setelah mengetahui variabel dan indikator dalam model penelitian, maka selanjutnya menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memberikan skor penilaian dengan skala linkert 1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



**Gambar 3. Model Penelitian Tahun Ke 2**

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

mengcalculate model penelitian tersebut. Hasil calculate model penelitian tsb dapat dilihat pada gambar 4 berikut :



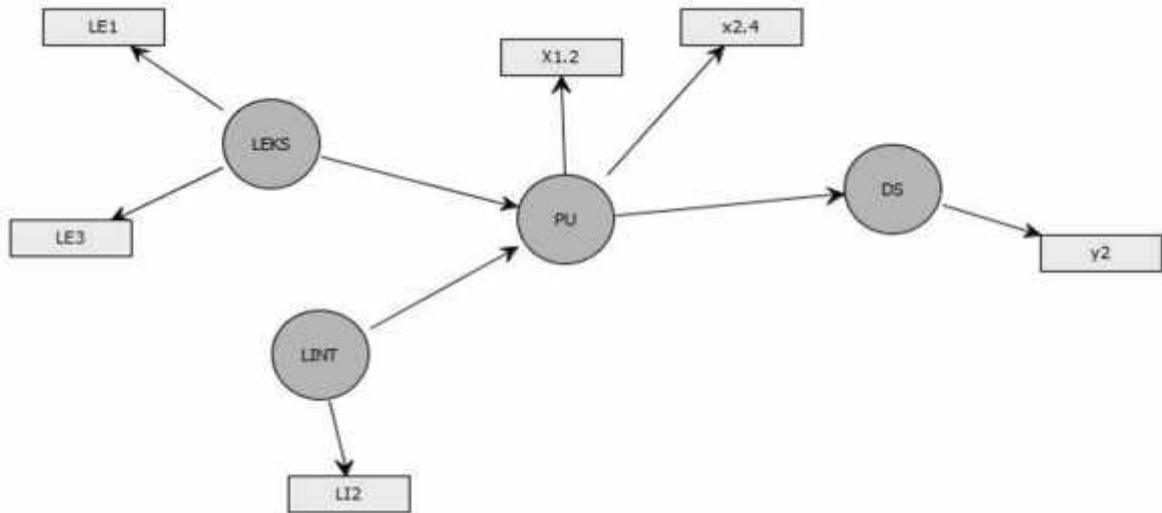
**Gambar 4. Hasil Calculate Model Penelitian Tahun Ke 2**

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 4 terlihat bahwa indikator lingkungan umum (LE1) memiliki *loading factor* diatas 0,5 yaitu sebesar 0,784 dan indikator pesaing (LE3) memiliki *loading factor* 0,574 pada variabel lingkungan eksternal. Dengan demikian kedua indikator tersebut merupakan indikator yang merefleksikan variabel lingkungan eksternal (LEKS). Sedangkan variabel lingkungan internal (LINT) hanya indikator pelatihan (LI2) yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5 yaitu sebesar 0,927. Dengan demikian

indikator pelatihan (LI2) merupakan satu-satunya yang merefleksikan variabel lingkungan internal.

Disisi lain, variabel pengelolaan usaha (PU) memiliki 2 (dua) indikator yang mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yaitu indikator modal awal (X1.2) yaitu sebesar 0,570 dan indikator tempat/distribusi (X2.4) yaitu sebesar 0,865. Dengan demikian kedua indikator ini yaitu indikator modal awal (X1.2) dan indikator tempat/distribusi (X2.4) merefleksikan variabel pengelolaan usaha (PU).

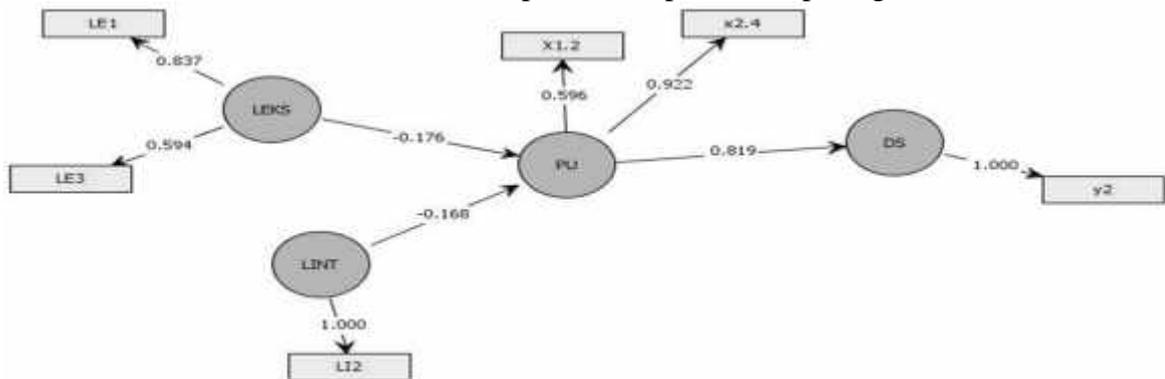
Indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,5 harus dikeluarkan (dropping) dari model penelitian sehingga yang tertinggal adalah indikator yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0,5. Oleh karena itu, model penelitian setelah dilakukan dropping terhadap indikator-indikator tersebut dapat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



**Gambar 5. Model Penelitian Tahun Ke 2 Setelah Dilakukan Dropping Indikator**

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

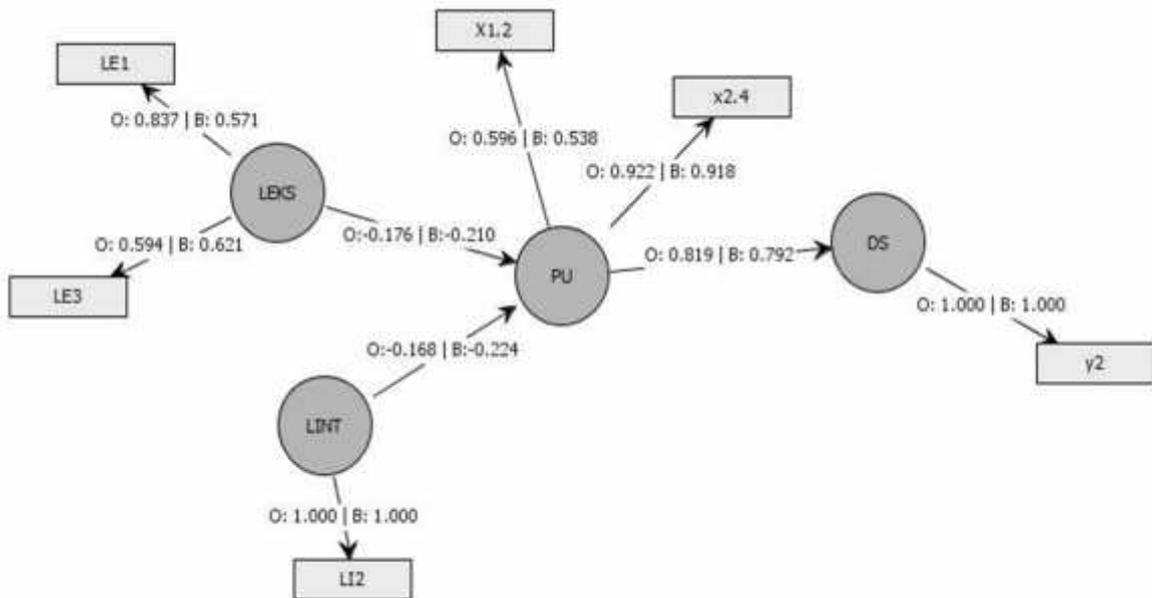
model tersebut. Hasil *calculate* yang dilakukan terhadap model baru maka dapat dilihat pada gambar berikut :



**Gambar 6. Hasil Calculate Model Baru Penelitian Tahun ke 2**

Setelah dilakukan *calculate* selanjutnya dilakukan bootstrapping

terhadap model baru dengan hasil dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 7. Hasil *Bootsapping* Terhadap Model Baru Penelitian Tahun ke 2

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

125 responden. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 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. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

**Tabel 2. Results For Outer Loading**

**results for outer loadings**

[ CSV-Version ]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
LEKS				
LE1	0.837	0.571	0.327	2.560
LE3	0.594	0.621	0.502	1.185
LINT				
LI2	1.000	1.000	0.000	
PU				
X1.2	0.596	0.538	0.164	3.624
x2.4	0.922	0.918	0.044	20.963
DS				
y2	1.000	1.000	0.000	

Berdasarkan tabel 2 tersebut terlihat bahwa semua indikator signifikan, karena semua t-statistiknya diatas 1,96. Indikator tempat/distribusi (X2.4) memiliki pengaruh terbesar dan signifikan yang terbesar terhadap variabel pengelolaan usaha jamu gendong.

Hasil *bootstrap* juga menghasilkan tabel *results for inner weights*. Tabel ini menjelaskan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

**Tabel 3. Results For Inner Weights**

**results for inner weights**

[ CSV-Version ]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
LEKS -> PU	-0.176	-0.210	0.054	3.282
LINT -> PU	-0.168	-0.224	0.084	1.991
PU -> DS	0.819	0.792	0.066	12.485

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa semua pengaruh variabel lingkungan eksternal (LEKS) terhadap pengelolaan usaha (PU), lingkungan internal (LINT) terhadap pengelolaan usaha (PU), dan pengelolaan usaha (PU) terhadap daya saing (DS) adalah signifikan, karena t-statistiknya diatas 1,96. Pengaruh

lingkungan eksternal (LEKS) terhadap pengelolaan usaha (PU) adalah negatif dan signifikan. Hal ini berarti penurunan pengaruh lingkungan eksternal yang direfleksikan oleh lingkungan umum (LE1) dan lingkungan pesaing (LE3) akan meningkatkan pengelola usaha penjual jamu gendong yang direfleksikan

oleh modal awal (X1.2) dan distribusi (X2.4). Dengan kata lain, kenaikan pengaruh lingkungan umum (LE1) dan lingkungan pesaing (LE3) akan menurunkan modal awal (X1.2) dan distribusi (X2.4). Artinya adalah ketika pengaruh lingkungan umum dan lingkungan pesaing menurun maka modal usaha dan distribusi usaha penjual jamu gendong akan meningkat.

Demikian juga lingkungan internal, pengaruh lingkungan internal (LINT) yang direfleksikan oleh pelatihan (LI2) terhadap pengelolaan usaha jamu gendong yang direfleksikan oleh modal awal (X1.2) dan distribusi (X2.4) adalah negatif signifikan. Dengan kata lain peningkatan pelatihan akan menurunkan modal awal dan distribusi usaha jamu gendong. artinya adalah ketika diberi pelatihan, maka penjual jamu gendong tidak bisa memasarkan usaha jamu gendongnya.

Berdasarkan tabel 3 tersebut juga menunjukkan bahwa variabel pengelolaan usaha (PU) yang direfleksikan oleh indikator modal awal (X1.2) dan distribusi (X2.4) berpengaruh positif dan signifikan ( $t$ -statistiknya diatas 1,96) terhadap variabel daya saing (DS) yang direfleksikan oleh indikator omzet penjualan (Y2). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pengelolaan usaha penjual jamu gendong akan meningkatkan daya saing.

Secara komprehensif dapat disimpulkan bahwa penurunan lingkungan eksternal yang direfleksikan oleh lingkungan umum dan lingkungan pesaing, dan penurunan lingkungan internal yang direfleksinya oleh pelatihan akan meningkatkan pengelolaan usaha yang direfleksikan peningkatkan modal usaha dan peningkatakan distribusi, dan peningkatan modal awal dan distribusi akan mampu meningkatkan daya saing yang direfleksikan oleh peningkatan

omzet penjualan. Dengan demikian model peningkatan daya saing penjual jamu gendong dilakukan dengan meningkatkan modal awal dan memperluas dan memperbanyak saluran distribusi pemasarannya. Strategi memperluas dan memperbanyak distribusi jamu gendong diantaranya melalui membuka gerai atau stand di perkantoran pemerintah, swasta, hotel-hotel, mal dan sebagainya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian akhir ini memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel faktor eksternal memiliki indikator lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan pesaing.
2. Variabel faktor internal memiliki indikator pendidikan dan pelatihan.
3. Variabel pengelolaan usaha memiliki indikator indikator modal awal, tempat/distribusi, indikator upah, indikator layout usaha.
4. Model peningkatan daya saing penjual jamu gendong dilakukan dengan meningkatkan modal awal dan memperluas dan memperbanyak saluran distribusi pemasarannya.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran penelitian ini adalah pihak terkait dapat memberikan penguatan terhadap modal dan memberikan kesempatan kepada penjual jamu gendong untuk dapat memasarkan usaha jamu gendongnya ditempat-tempat yang representatif untuk berusaha.

## **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. Pemasaran  
www. 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.

