

RINGKASAN

Dione Tabita Shipya (19322552), Yang Berjudul Analisis Pemasaran Jamu Kunyit Asam Dengan Studi Kasus Di Desa Mojowangi Kabupaten Jombang.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui pendapatan dan keuntungan produksi jamu kunyit di Desa Mojowangi Kabupaten Jombang; (2) Mengetahui margin dalam proses pemasaran jamu kunyit; (3) mengetahui efesiensi pemasaran jamu kunyit di Desa Mojowangi Kabupaten Jombang.

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha produksi minuman jamu kunyit asam dengan skala rumah tangga yang berada di Desa Mojowangi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Sampel penelitian berjumlah 30 orang atau produsen jamu kunyit asam yang masih aktif memproduksi setiap harinya. Penetapan itu dilakukan sesuai dengan pertimbangan yang dinilai dapat mewakili populasi yakni penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode analisis data menggunakan analisis Deskriptif Kuantitatif, Margin Pemasaran dan Efisiensi.

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa (1) Keuntungan yang diperoleh dalam produksi jamu kunyit asam tipe I sebesar Rp 1.481.833 lebih tinggi dari pada tipe II sebesar Rp 1.362.529 dan tipe III sebesar Rp 1.428.750. Maka dapat disimpulkan bahwa produksi jamu kunyit asam masih menguntungkan saluran pemasaran tipe I bagi yang berbisnis atau berusaha jamu kunyit asam di Desa Mojowangi. Berdasarkan hasil uji F bahwa saluran pemasaran tipe III sangat layak dari pada tipe I dan tipe II. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran tipe III produksi jamu kunyit asam ini layak digunakan dan memiliki pengaruh secara simultan terhadap biaya produksi. (2) Margin pemasaran saluran Tipe III dengan nilai 45% lebih tinggi dari saluran tipe I dengan nilai 25% dan tipe II dengan nilai 30%. Harga jual tipe II dengan Rp 5.000 lebih tinggi dari pada harga jual tipe I dengan Rp 4.875 dan tipe III dengan Rp 5.000 sesuai dengan mekanisme perkembangan pasar, sehingga harga lebih tinggi di pemasaran konsumen untuk menunjukkan keuntungan namun masih terjangkau oleh konsumen dengan menyimpulkan bahwa masih efisien saluran pemasaran tipe III dalam dunia pemasaran jamu kunyit asam. (3) Jika dilihat dari data wawancara responden pemasaran dan data olahan bahwa pola saluran pemasaran tipe II merupakan saluran yang sangat efisien, karena memiliki nilai total keuntungan yang terbesar dari pola saluran pemasaran tipe I dan III. Besarnya keuntungan yang diperoleh disebabkan oleh karena harga jual yang diterima petani atau produsen jamu kunyit asam lebih besar dalam memasarkan jamu kunyit asam. Tipe I memiliki R/C ratio tertinggi sebesar 1,925, yang menunjukkan bahwa tipe saluran ini menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan biayanya. Sementara Tipe III memiliki R/C ratio terendah sebesar 1,752.

Kata kunci : Analisis, pendapatan, saluran pemasaran, Usaha Jamu Kunyit Asam