



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

## **STRATEGI PENGEMBANGAN MINUMAN INSTAN JAHE MERAH (Zingiber Officinale var.rubrum) DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**TIMBUL MUJIONO  
07914016**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2012**

**STRATEGI PENGEMBANGAN MINUMAN INSTAN JAHE  
MERAH (*Zingiber Officinale var.rubrum*) DI KOTA PADANG**

**OLEH  
TIMBUL MUJIONO**

**07 914 016**

**SKRIPSI**

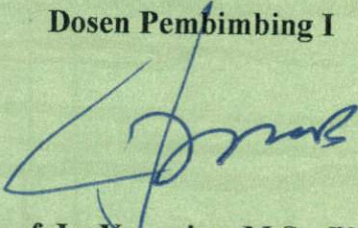
**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT  
UNTUK MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA PERTANIAN**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2014**

**STRATEGI PENGEMBANGAN MINUMAN INSTAN JAHE  
MERAH (*Zingiber Officinale var.rubrum*) DI KOTA PADANG**

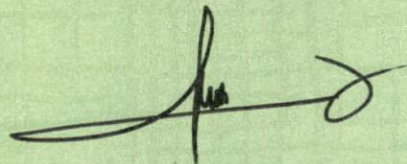
**OLEH  
TIMBUL MUJIONO  
07 914 016**

**Dosen Pembimbing I**



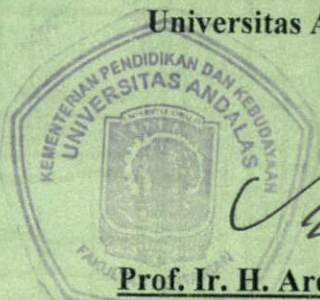
**Prof. Ir. Yonariza, M.Sc., Ph.D.**  
NIP. 19650505 199103 1 003

**Dosen Pembimbing II**



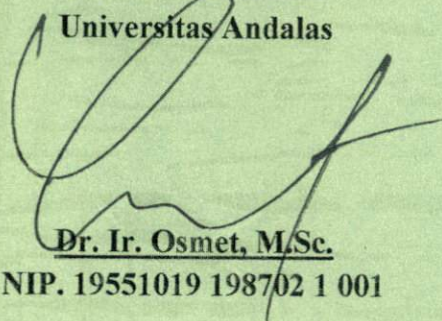
**Ir. Syahyana Raesi, M.Sc.**  
NIP. 19650203199001 2 001

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas**



**Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc.**  
NIP. 19531216 198003 1 004

**Ketua Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas**



**Dr. Ir. Osmet, M.Sc.**  
NIP. 19551019 198702 1 001



Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Jurusan Sosial Ekonomi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang, pada tanggal 7 Juli 2014

No.	Nama	Tanda Tangan	Jabatan
1.	Prof. Dr. Ir. Rudi Febriamansyah, M.Sc		Ketua
2.	Prof. Ir. Yonariza, M.Sc, Ph.D		Sekretaris
3.	Ir. Syahyana Raesi, M.Sc		Anggota
4.	Ir. M. Refdinal, M.Si		Anggota
5.	Muhammad Hendri, SP, MM		Anggota



## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah sujud syukur hamba sembahkan hanya kepadaMu Ya Allah, yang telah memberikan jalan sehingga hamba mampu untuk menjalankan apa yang telah menjadi jalanMu, mudah-mudahan Engkau meridhoinya Ya Allah. Aamiin*

*Shalawat dan salam hamba persembahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita menuju jalan yang di ridhoi Allah SWT dan mudah-mudahan kita selalu berpegang teguh pada warisannya yaitu Al Quran dan Sunnahnya. Aamiin.*

*Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya haturkan kepada kedua orangtua yaitu Ayahanda Joni Saiful & Ibunda Suwarni yang memberi arti dalam menjalani hidup dan memberikan arti kasih sayang yang mereka berikan meskipun hamba belum mampu memberikan kebahagiaan yang mereka harapkan. Ya Allah Ridhoilah usaha yang beliau usahakan dan jadikanlah sebagai amalan baginya Aamiin. Salam sayang kepada adinda Evitaningsih & Edi, Embun Rifa Syafauljannah, serta Dina Novitri Rahayu, mudah-mudahan kita dapat berbakti kepada Kedua Orang tua kita, berguna bagi bangsa dan Agama aamiin.!*

*Ya Allah perkenankanlah hamba untuk selalu mengikat silaturahmi dalam golongan orang-orang yang engkau tunjuki jalan yang lurus, jangan jadikan hamba kepada golongan orang yang bercerai berai, kuatkanlah ikatan kami dalam tujuan mencapai ridho-Mu.. Aamiin.*

*Ya Allah izinkanlah hamba mengucapkan terimakasih kepada keluarga Besar Kopma Unand (Pengurus angkatan '10 = Fallyanthus SP, Rahma Dewi SPt Rahmat Eka Putra SE, Nani Tuarsih (Alink) SE, Auric EH, Vivi Fitria SE, Marlina Amd, Intan Sari Widya Ningrum SH & Harrys SH) terspesial Staff bidang Usaha '10 (Julhami Yose, Syahrul Rachman, Priyane Dhamasraya, Eric Gaustil Firdaus, Herisdianto (Abenk), Yorga Ihwan Ekaza, Nova Syarief, Leni Marlina, Suci Delfia, Fadhillah Rahma, Nimas Sulityo Rini, Reni Koja, Nela Eska Putri, Risa Mutia Fiana, Dini Fitriani, & Rahmi Ulya) serta Alumni dan Anggota serta penerus Kopma Ke dapan*

*"Jangan Mencari Hidup dari Kopma, tapi bagaimana Agar Kopma tetap Hidup".*

*Ucapan Terimakasih kepada Keluarga Besar SSC Faperta Unand '10 (Ti Gensa, Cut Malahayati Usman, Yulia Rahmi, M. Arief Setiadi, Marve Trisna, Jasmida Werli, Rara MA, Budi Purnomo, Mutia Metty Junaidi, Efni Sepri Darmis, Hanafiah, Endang DN, Silvia Nila Sari, Veronica Fathnoer, Rahmadhani Aprilia, Rendra Azwar dan dari generasi Bang Fikky '08, Bang Endi '09, M. Arief '11, Zulkarnaen '12 dan penerusnya*

*Terimakasih Keluarga Besar Dompot Dhuafa Singgalang yang memberikan arti penting tentang hubungan sosial dalam keorganisasian*

*Ucapan kepada keluarga besar angkatan ...'05,'06,'07,'08,... (Rendra Azwar SP, Fallyanthus SP, Ivocia chori SP, Indra "imoenk" SP, Ferry '08, Gito' SP, Rian Ajo SP, Mimi SP, Mery SP, Edo SP, Defril SP, Budi Purnomo SP, Budi Pratama SP, Bambang SP, dkk yang tidak dapat disebutkan semua yang sedang menggapai cita-cita..*

*Ucapan terspesial for The Big Family kost lengger (D' ceN, Abe, Ca'un, Yogi baHelor, Dani, Yanes, Oktian, Yogi Maru, Candra Kartika, RA, Andra, Ijep, Capaig, Mamuik, Sawir, Dolip, Alib, Rafki, Alfin dll)*

*Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Saudaraku Dedi Ospikar, Armis Bastian, Tomi Firdaus, yang telah memberikan arti dalam menapakki kehidupan, kerja keras dan komitmen.*

*"Hidup Memang Harus Memilih, Serta Siap Menanggung Risikonya"*

*Ucapan terspesial juga kepada Cut Malahayati Usman, SP mudah-mudahan semangat yang diberikan tidak pudar dan dapat menjadi arti dalam menapakki kehidupan masa depan.. aamiin*

*Ucapan dan Doa Khususku kepada Saudara seperjuangan yang berada dalam LINGKARAN PERADABAN, mudah-mudahan kita selalu Istiqomah dan selalu berada di JalanNya serta Biar Allah yang menjadi Saksi dan memperkuat Persaudaraan kita di Dunia & Akhirat... aamiin ya Allah.*

*"" Thanks All To Allah SWT ""*

## **BIODATA**

Penulis dilahirkan di Rengat pada tanggal 08 Mei 1987 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Joni Saiful dan Ibunda Suwarni. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SDN 023 Desa Kampung Baru Kecamatan Ukui (1994-2001). Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh di SMPN 1 Lirik (2001-2004). Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMAN 1 Rengat (2004-2007). Pada tahun 2007, penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Jurusan Sosial Ekonomi Program Studi Agribisnis.

Padang, Juli 2014

Timbul Mujiono

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah (*Zingiber Officinalle* *Var. rubrum*) di Kota Padang” dari mata kuliah manajemen strategi dapat penulis selesaikan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua yang selalu mendukung penulis dan terimakasih kepada bapak Prof. Ir. Yonariza, M.Sc.,PhD dan Ibu Ir. Syahyana Raesi, M.Sc. sebagai dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan dan bimbingannya serta motivasi bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini. Serta terimakasih juga kepada bapak Prof. Dr. Ir. Rudi Febriamansyah, M.Sc, Ir. M. Refdinal, M.Si, dan Bapak Muhammad Hendri, SP, MM yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada bapak Dekan Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Bapak Ketua Jurusan Sosial Ekonomi, bapak ibu staff pengajar jurusan sosial ekonomi, kepala Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang beserta staffnya yang membantu menyelesaikan skripsi ini dan bapak ibu responden yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini

Akhir kata penulis mengharapkan berbagai masukan dari berbagai pihak dalam membantu penyempurnaan skripsi ke depan, mengingat masih banyaknya kekurangan didalamnya.

Padang, Juli 2014

TM

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Karakteristik Komoditas Jahe Secara Umum .....	6
2.2 Karakteristik Jahe Merah .....	7
2.3 Standar Mutu Tanaman Obat Jahe .....	8
2.4 Definisi Agribisnis dan Agroindustri .....	9
2.5 Pengertian Industri .....	10
2.6 Perusahaan Perorangan .....	11
2.7 Konsep Manajemen Strategi .....	12
2.8 Konsep Strategi .....	14
2.9 Tinjauan Rencana Strategi oleh Pemerintah .....	20
2.10 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	21
2.11 Kerangka Analisis Perumusan Strategi .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.2 Metode Penelitian .....	26
3.3 Metode Pengambilan Responden .....	26
3.4 Variabel yang Diamati .....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Teknik Analisis Data .....	29

<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Tentang Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi Kota Padang .....	32
4.2 Gambaran Lingkungan Strategis dalam Pengembangan Industri Minuman Instan Jahe Merah .....	34
4.3 Perumusan Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah untuk Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben) Kota Padang .....	55
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Nama merk dagang dan perusahaan pesaing yang mengolah dengan produk yang sama di Kota Padang tahun 2012.....	4
2. Karakteristik Jahe Indonesia sesuai dengan produk jahe yang dihasilkannya .....	6
3. Standar mutu ekspor komoditi jahe.....	9
4. Responden petani jahe .....	38
5. Produksi jahe selama 3 tahun terakhir pada petani sampel .....	39
6. Tujuan pemasaran petani jahe merah .....	40
7. Bahan baku jahe merah selama tahun 2011 untuk usaha Adil .....	42
8. Jumlah tenaga kerja perusahaan Refan tahun 2011 .....	45
9. Permintaan bahan baku jahe merah usaha CIE tahun 2011 .....	47
10. Tenaga kerja usaha CIE .....	49
11. Produksi minuman jahe instan tahun 2011 .....	49
12. Daerah pemasaran produk perusahaan CIE per tahun 2011 .....	51
13. <i>Stakeholder</i> dalam fungsi pemasaran minuman instan .....	52
14. Penjualan produk minuman instan jahe merah pada Citra Swalayan.....	52
15. Penjualan produk minuman instan jahe merah pada Rili Swalayan.....	52
16. Penjualan produk minuman instan jahe merah pada Apotik Media Medika pasar baru .....	53
17. Penjualan produk minuman instan jahe merah pada bofet nasi goreng sambal terasi .....	53
18. Data peminjaman dana usaha koperasi simpan pinjam pedagang pasar raya tahun 2009, 2010, dan 2011 .....	55
19. Matriks SWOT untu rumusan strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang oleh Disperindagtamben Kota Padang .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Manajemen Strategi.....	13
2. Matriks SWOT .....	20
3. Diagram alir proses produksi usaha Adil .....	43
4. Struktur organisasi usaha Adil .....	44
5. Struktur organisasi usaha Refan .....	46
6. Struktur organisasi usaha CIE .....	48
7. Diagram alir proses produksi perusahaan CIE .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Perkembangan ekspor komoditi hasil pertanian Indonesia periode januari – agustus 2007 sampai 2011.....	69
2. Negara – negara tujuan ekspor tanaman obat .....	70
3. Negara – Negara tujuan ekspor jahe ( <i>Zingiber Officinale</i> ) Indonesia tahun 2007 – 2009 .....	71
4. Jumlah izin usaha industri kecil yang terbit di Kota Padang tahun 2010 .....	72
5. Kriteria industri dan perdagangan di Sumatera Barat tahun 2007 .....	73
6. Nama perusahaan industri dan merk dagang yang mengelola minuman instan jahe merah .....	74
7. Petani jahe kota Padang .....	75
8. Alur pikir penyusunan kebijakan dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi Kota Padang .....	76
9. Struktur organisasi Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi kota Padang .....	77
10. Tugas pokok dan fungsi dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi Kota Padang .....	78
11. Struktur organisasi bidang perindustrian dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi Kota Padang .....	91
12. Kesesuaian pembudidayaan yang dilakukan oleh petani dan panduan pembudidayaan jahe .....	92
13. Jumlah produksi usaha Adil tahun 2011 .....	93
14. Tenaga kerja perusahaan Adil .....	94
15. Daerah pemasaran usaha Adil tahun 2010 .....	95
16. Jumlah produksi usaha Refan tahun 2011 .....	96
17. Proses produksi perusahaan Refan.....	97
18. Daerah Pemasaran produk usaha Refan tahun 2012 .....	98
19. Struktur organisasi koperasi simpan pinjam pedagang pasar .....	99

# **STRATEGI PENGEMBANGAN MINUMAN INSTAN JAHE MERAH (*Zingiber Officinale* Var. *Rubrum*) DI KOTA PADANG**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang mulai Agustus hingga September 2012, dengan tujuan untuk mengidentifikasi lingkungan strategis dalam pengembangan industri minuman jahe oleh Disperindagtamben Kota Padang (DDKP) yang terlibat dalam pengembangan minuman instan jahe merah serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh DDKP. Pokok Permasalahan pada industri minuman instan jahe merah di Kota Padang adalah terjadinya penurunan jumlah unit industri sejak tahun 2007.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal sehingga dapat diidentifikasi elemen-elemen kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pengembangan industri ini. Lingkungan internal pengembangan industri ini adalah kondisi dari DDKP sendiri sedangkan lingkungan eksternal adalah kondisi di luar sektor DDKP yang digolongkan kedalam empat faktor lingkungan yaitu lingkungan produksi operasional, pemasaran dan penunjang. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan internal DDKP berupa struktur organisasi yang jelas, memiliki anggaran dana dari pemerintah, program kerja yang terencana, SDM yang berpendidikan tinggi dan lokasi pusat pelayanan yang strategis. Sedangkan kelemahan yang dimiliki berupa program kerja yang umum, SDM terpusat pada program unggulan pemerintah pusat dan daerah, program pengembangan industri sekedar pendampingan, fasilitas yang diberikan kepada UKM tidak menyeluruh, program bersifat sementara, kurang promosi terhadap produk, tidak ada kontrol dalam pemasaran produk, dan tidak mampu mengontrol persediaan bahan baku dari lingkungan eksternal. Sementara itu, dari empat faktor lingkungan diperoleh peluang yaitu bahwa usaha minuman jahe telah lama berdiri, usaha telah berizin dan terdaftar, produksi yang cenderung meningkat, pasar produk yang terus meluas serta daerah pemasaran sebagai tempat wisata. Sedangkan ancaman dari faktor lingkungan eksternal adalah kondisi kota Padang yang berada di daerah rawan bencana serta industri pesaing dari luar Kota Padang.

Rumusan strategi yang dapat digunakan oleh DDKP untuk pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang ada tiga garis besar yaitu pengembangan permodalan, sumberdaya manusia dan organisasi

**Kata Kunci:** Strategi pengembangan, jahe merah, disperindagtamben, lingkungan internal dan eksternal, Strategi SWOT

## **STRATEGY OF INSTANT RED GINGER (*Zingiber officinale* Var. *rubrum*) BEVERAGE DEVELOPMENT IN PADANG**

### **ABSTRACT**

This study was held from August to September 2012 and aimed to identify the strategic environment for the development of instant drink of red ginger beverage Disperindagtamben of Padang (Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi or DDKP). The main problem of this instant beverage industries is the decrease trend of this industries since the year of 2007.

This research use a descriptive research method to identify both of internal and external environment of DDKP in order to specify the Strength, Weakness, Threat, and Opportunity to develop the strategy. The internal environment to develop this industry in Kota Padang is the condition of DDKP itself, while its external environment consist of four environmental factors are: operational, production, marketing, and supporting environment. This study found that the strength of internal factors are its clear organization structure, the availability of funding, its working plan, its educated staff, and the strategic service location of its product. In the other hand, the weaknesses of DDKP its program that too general, human resource utilization have been focused to support central and local government program, the industry development program was only complementary, limited facilities for UKM, its program was too temporary, less promotion, no specific control system of marketing, and no capability to control raw materials for this industry. The opportunities for DDKP from its four external environment are the existing industries were established long time ago, they have already their registration status, their increasing production trend, they have wider customer, their marketing place as tourism. However, the DDKP must also face such threats, are; the condition of Padang city as a vulnerable place of natural disaster, and their competitor from outside of Padang.

The strategic formulation for DDKP to develop this industries are categories into three mainstream of development, are; capital, human resources and organization.

**Keywords:** Development strategy, red ginger, disperindagtamben, internal and external environment, SWOT Strategy

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan keanekaragaman hayati. Berbagai tumbuhan dan hewan hidup dan berkembang biak di seluruh wilayahnya. Salah satu kekayaan yang dimiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah tanaman obat. Masyarakat Indonesia yang terikat kuat dengan adat istiadat dan budaya leluhur telah sangat mengenal tanaman obat dan fungsi-fungsinya. Tanaman obat kini tidak lagi hanya dimanfaatkan secara tradisional, namun telah bersinggungan dengan dunia kesehatan modern (Paramitasari, 2011)

Perkembangan ekspor hasil pertanian Indonesia selama dua tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini didukung pula oleh perkembangan ekspor tanaman obat Indonesia berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat dari tahun 2010 hingga 2011 mengalami peningkatan yaitu dari 6,629 ton/tahun sampai 8,337 ton/tahun (Lampiran 1).

Daerah pemasaran tanaman obat tidak hanya di dalam negeri namun juga di luar negeri. Daerah tujuan ekspor tanaman obat berdasarkan BPS Sumatera Barat tahun 2007 ada 48 negara tujuan ekspor, namun ada lima negara yang pengimpor tertinggi yaitu Taiwan, Singapura, China, Japan dan Saudi Arabia (Lampiran 2). Banyaknya daerah tujuan ekspor tanaman obat memberikan gambaran prospek pembudidayaan jahe yang bagus.

Tanaman obat yang menjanjikan salah satunya adalah tanaman jahe. Tanaman Jahe merupakan salah satu tanaman rempah-rempah yang diperdagangkan di dunia. Jahe diekspor dalam bentuk jahe segar, jahe kering, jahe segar olahan dan minyak atsiri. Dengan semakin berkembangnya perusahaan jamu dalam negeri bahkan telah melakukan ekspor ke mancanegara maka peluang pengembangan jahe sebagai salah satu bahan baku pembuatan jamu menjadi sangat terbuka.

Jahe merupakan salah satu tanaman obat yang memiliki banyak manfaat yaitu selain digunakan sebagai obat dapat pula digunakan sebagai bumbu masak, makanan, minuman, dan pestisida alami. Namun dewasa ini jahe lebih banyak

dimanfaatkan sebagai minuman penghangat tubuh dan sebagai obat tradisional. Selain sebagai penghangat tubuh, jahe juga bermanfaat secara farmakologi antara lain adalah sebagai *karminatif*, anti muntah, pereda kejang, anti pengerasan pembuluh darah, peluruh keringat, anti inflamasi, anti mikroba dan parasit, anti piretik, anti rematik, serta merangsang pengeluaran getah lambung dan getah empedu.

Melihat dari manfaat dan prospek ke depan terhadap komoditi tanaman jahe yang terus meningkat, hal ini mendorong industri kecil maupun besar untuk menjalankan bisnis pengolahan tanaman obat khususnya dari komoditi jahe. Salah satu bentuk pengolahan jahe adalah minuman instan jahe. Hal ini didukung oleh manfaat dan khasiat jahe yang telah lama dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Program pembangunan industri kecil dan perdagangan di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis berskala kecil dan menengah dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya yang tersedia di daerah sampai ke pedesaan, sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pengembangan program padat modal dan padat karya (Disperindag, 2000).

Pertumbuhan industri kecil menengah mengalami peningkatan pada tahun 2009 – 2010 sebesar 14 unit yang sebelumnya mengalami penurunan pada tahun 2008 - 2009 sebanyak 3 unit berdasarkan informasi dari disperindag tahun 2012 (Lampiran 4). Hal ini menunjukkan tren positif dalam pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Padang.

Industri yang berkembang dari tahun ketahun adalah industri makanan dan minuman. Industri makanan meliputi perkembangan makanan olahan dari bahan baku pokok yang ada di daerah menjadi makanan yang dikembangkan dengan nilai ekonomis yang baik, seperti pengolahan makanan yang berasal dari ubi kayu, bengkuang, dan pisang (Disperindag, 2010)

Industri yang termasuk kedalam industri makanan dan minuman adalah industri pengolahan jahe. Industri yang khusus mengolah jahe menjadi minuman instan terdapat 5 perusahaan. Perusahaan ini tergolong ke dalam usaha mikro dan kecil berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan (Lampiran 5).

Industri yang terdaftar di Disperindagtamben kota Padang yang mengolah minuman instan jahe merah terdapat lima perusahaan yaitu usaha Adil, Refan, Bhisikan Keluarga, Hanifa, dan Citra Insani Explorer. Kelima perusahaan ini tidak semuanya memproduksi, namun yang memproduksi sebanyak tiga perusahaan yaitu Usaha Adil, Refan, dan Citra Insani Explorer (Lampiran 6).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Disperindag Sumatera Barat (2000) bahwa pengembangan industri kecil dengan pengoptimalan sumberdaya yang ada dari hulu sampai hilir akan mampu mengurangi angka pengangguran. Sehingga ini menjadikan program khusus untuk mengurangi pengangguran oleh pemerintah melalui program pengembangan usaha kecil dan menengah. Namun program ini terasa belum berhasil. berdasarkan survei pendahuluan pada industri kecil di Kota Padang yaitu usaha minuman instan jahe merah, dimana usaha ini mengalami penurunan jumlah dalam rentang waktu tahun 2005 sampai tahun 2011 terdapat lima industri pengolah minuman instan jahe merah, namun Industri yang memproduksi sebanyak tiga industri dan yang tidak memproduksi sebanyak dua industri (Lampiran 6).

Industri minuman instan jahe merah di Kota Padang yang masih memproduksi, akhir tahun 2011 ada tiga unit industri dan memiliki skala kecil dan mikro dilihat dari jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan (Lampiran 5). Industri ini diharapkan dapat terus memproduksi dan berkembang karena memiliki prospek perkembangan yang baik sebagai obat herbal.

Perkembangan dan kemajuan produk minuman instan ini tidak hanya tergantung kepada industri pengolahnya saja, namun banyak pihak yang terlibat dalam perkembangannya. Pihak yang terlibat saling memiliki ketergantungan antara satu sektor ke sektor lain sehingga melibatkan berbagai *stakeholder* dalam mengembangkan usaha. Olehkarena itu perlunya strategi yang cocok untuk diterapkan oleh pemerintah sebagai pengambil kebijakan dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang memiliki wewenang untuk mengembangkan unit-unit usaha mikro, kecil, dan menengah untuk terus berkembang. Sehingga industri kecil tersebut tetap bersaing secara sehat dan terus berkembang.

Perkembangan dan kemajuan produk minuman instan jahe merah di Kota Padang tidak terlepas dari persaingan secara umum dari produk-produk yang di luar kota Padang. Berdasarkan survei pendahuluan terdapat enam produk yang berbahan baku sama berasal dari luar Kota Padang (Tabel 1), hal ini menjadikan pemasaran produk harus dipertimbangkan agar produk lokal terutama industri kecil ini mampu bersaing dengan produk luar.

Tabel 1. Nama merk dagang dan perusahaan pesaing yang mengolah jahe di Kota Padang tahun 2012

No	Merk Dagang	Perusahaan
1	Jahe Merah Zein	UD. BMS Cianjur
2	Jahe Merah Al-ghuroba'	Sukoharjo – Indonesia
3	Jahe Wangi Miwon	PT. Gunung Subur Monginsidi 5, Solo
4	Jahe Wangi Cap Kepala Djenggot	PT. Aneka Boga Nusantara – Jakarta
5	Herbadrink Sari Jahe	PT. Konimex Solo – Indonesia
6	Jahe Merah Mix	PT. Amanah – Bogor

Produk yang dipasarkan dengan bahan baku yang sama yaitu jahe merah, memberikan tantangan bagi perusahaan lokal untuk bersaing, agar mampu bertahan dan berkembang. Olehkarena itu diperlukan strategi agar semua perusahaan pengelola jahe di Kota Padang dapat terus berkembang dan bersaing dengan produk lain.

Sehubungan dengan hal di atas maka perlu diidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam usaha pengembangan produk minuman instan jahe merah di Kota Padang. Sehingga dapat diambil suatu kebijakan strategis yang menguntungkan kepada semua belah pihak dan perusahaan dapat terus berkembang.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut menimbulkan beberapa pertanyaan Siapakah yang menjadi *stakeholder* dalam pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang dan strategi apa yang dapat digunakan untuk pengembangan usahanya? Berdasarkan pertanyaan ini, sehingga peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah di Kota Padang”**.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi lingkungan strategis dalam pengembangan industri minuman jahe oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben) Kota Padang
2. Merumuskan strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perkembangan industri yang mengolah jahe di kota Padang. Sehingga dapat dilihat peluang yang ada pada industri pengolahan dalam penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada pemerintah dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang agar memudahkan dalam pengambilan kebijakan untuk pengembangan industri kecil khususnya industri minuman instan jahe merah. Selain dari itu dapat bermanfaat bagi manajemen usaha industri untuk terus maju dan berkembang serta mampu bersaing dengan produk luar dari Kota Padang.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi sebagai referensi bagi pihak yang membutuhkan informasi mengenai minuman instan jahe merah di Kota Padang dan kepada pihak yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Karakteristik Komoditas Jahe Secara Umum

Jahe (*Zingiber officinale*) merupakan tanaman menempati posisi yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat Indonesia. Peranan jahe dalam berbagai aspek seperti perdagangan, rumah tangga, adat kebiasaan, dan kepercayaan dalam masyarakat Indonesia sangat tinggi (Paramitasari, 2011).

Komoditas tanaman jahe memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Nilai ekonomi jahe terletak pada rimpangnya yang dapat dikonsumsi sebagai 1) bahan makanan dan minuman, seperti; sirup, minuman penghangat, manisan, acar, bumbu dapur, penambah rasa, dan 2) bahan baku obat tradisional (jamu). Di dunia, berdasarkan ukuran rimpangnya, jahe dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu jahe berukuran besar dan jahe berukuran kecil. Sedang menurut warnanya, jahe dibedakan atas jahe merah dan jahe putih. Di Indonesia, berdasarkan ukuran dan warna rimpangnya, jahe dikelompokkan ke dalam tiga jenis yaitu jahe besar, jahe kecil dan jahe merah.

Rimpang jahe besar dan jahe kecil umumnya berwarna putih dan putih kekuningan. Ketiga jenis jahe tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Adapun perbedaaan karakteristik ketiga jenis jahe tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Jahe Indonesia Sesuai dengan Produk Jahe yang Dihasilkannya

Jenis	Karakteristik Rimpang					Karakteristik Minyak			
	Minyak Atsiri (%)	Pati (%)	Serat (%)	Abu (%)	Air (%)	Bobot Jenis (%)	Indeks Bias (%)	Putaran Optik (%)	Bilangan Penyabunan (%)
Jahe Besar	1.62-2.29	22.10	6.89	6.60-7.57	83.30	0.9434	1.4955	-16.30	18.20
Jahe Kecil	3.0 -3.48	54.70	6.59	7.39-8.90		0.9320	1.4946	-13.20	15.30
Jahe Merah	3.90	44.99		7.46		0.9533	1.4949		16.40

Sumber : Risfaheri, 1994

Di sentra produksi Jawa Barat, jahe besar dikenal sebagai jahe badak atau jahe gajah dan sebagai Kombongan di sentra produksi Sumatera Utara dan Bengkulu. Komoditas jahe ini memiliki rimpang yang lebih besar, ukuran dan

bentuknya lebih gemuk daripada jenis jahe lainnya, berwarna keputih-putihan, kadar minyak atsirinya mencapai 2% (lihat Tabel 2). Jahe ini banyak dimanfaatkan sebagai bahan makanan dan minuman, seperti sirup, manisan, piksel, acar, dan bumbu masak.

Di sentra produksi Jawa Tengah dan Jawa Timur, jahe kecil dikenal sebagai jahe emprit. Komoditas jahe ini memiliki rimpang yang sangat kecil dan ramping, rasa pedasnya menyengat, terutama dimanfaatkan sebagai bumbu masak, sumber minyak atsiri (dengan kandungan mencapai 3,5%), sumber *oleoresin* dan banyak dipakai sebagai bahan atau ramuan obat. Karakteristik jahe merah adalah rimpangnya yang berwarna merah atau jingga muda, berukuran kecil, berserat kasar, memiliki rasa dan aroma yang tajam, dan kandungan minyak atsirinya tinggi yaitu mencapai 4% (lihat Tabel 2). Komoditas jahe merah ini banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku obat tradisional. Sentra produksi jahe merah ini menyebar di daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Di Sumatera jahe ini banyak terdapat di Propinsi Sumatera Utara dan Bengkulu. Di Sumatera Barat jahe lebih dikenal dengan nama *sipadeh* dan daerah penghasil jahe terdapat di Pasaman dan Solok.

## 2.2 Karakteristik Jahe Merah

### 2.2.1 Nama dan Ciri-ciri Tanaman

Nama ilmiah jahe merah adalah *Zingiber officinale* Linn.Var.rubrum. sedangkan nama daerah seperti di Jawa adalah dikenal dengan nama jahe sunti, Aceh dikenal dengan sebutan Halia Barah, atau Halia Udang, dan Sumatera Barat dikenal dengan nama sipadeh. Untuk nama asing, dikenal dengan sebutan *Red Ginger* (Inggris) dan *Khan Jiang* atau *Chiang* (Cina). Jahe merah memiliki ciri-ciri sebagai berikut : tumbuh dengan berumpun, batang semu dan tidak bercabang, berbentuk bulat, tegak tersusun dari lembaran pelepah daun, berwarna hijau tua dengan warna pangkal batang kemerahan, dan tinggi dapat mencapai 60 cm lebih pendek dari jahe besar. Daun tunggal dan tersusun dari upih dan helaian daun, upih daun melekat membungkus batang, helaian daun tumbuh berselang-seling, tipis berwarna hijau tua, tulang daun sangat jelas tersusun sejajar dan ujung daun meruncing (Heriana, 2006).

### 2.2.2 Kandungan Kimia dan Efek Farmakologis

Jahe merah memiliki rasa pedas dan bersifat hangat. Beberapa bahan kimia dalam jahe merah diantaranya *gingerol*, minyak terbang, *limonene*,  *$\alpha$ -linolenic acid*, *aspartic*,  *$\beta$ -sitosterol*, *caprylic acid*, *capsaicin*, *chlorogenic acid*, dan *farnesol*.

Efek farmakologis yang dimiliki oleh jahe merah adalah merangsang ereksi, penghambat keluarnya enzim *5-lipoksigenase* dan *siklo-oksigenase*, serta meningkatkan kerja aktivitas kelenjar endokrin. Selain itu, efek farmakologis jahe merah juga dapat menimbulkan perlambatan proses penuaan, merangsang regenerasi sel kulit, dan bahan pewangi.

### 2.2.3 Bagian Tumbuhan yang Digunakan dan Pemanfaatannya

Bagian tumbuhan yang digunakan untuk pemanfaat jahe merah adalah bagian rimpangnya. Rimpang jahe merah dapat dimanfaatkan untuk mengobati beberapa penyakit yaitu : batuk kering menahun, gatal-gatal, luka lecet, terkena duri, luka tikam, gigitan ular, melestarikan gairah seksual, meningkatkan daya tahan tubuh dan sebagai campuran obat kuat (*afrodisiak*) (Heriana, 2006).

## 2.3 Standar Mutu Tanaman Obat Jahe

Hingga saat ini di Indonesia, komoditas tanaman obat yang telah mengalami standarisasi dengan baik adalah jahe. Penelitian dan pengembangan standar mutu tanaman budidaya jahe telah dilakukan sejak lama oleh Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat (Balitro) Bogor dan Direktorat Standarisasi dan Pengendalian Mutu Departemen Perdagangan. Untuk menjaga mutu ekspor jahe segar Indonesia, Direktorat Standarisasi dan Pengendalian Mutu Departemen Perdagangan telah menyusun konsep standar perdagangan jahe segar yang selanjutnya akan ditetapkan sebagai standar perdagangan.

Jahe memiliki standar mutu, yaitu Kelas I, II dan III yang sesuai dengan Standar Nasional Indonesia SNI-01-3179-1992. Dimana syarat dan ketentuan mutu jahe adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Standar Mutu Ekspor Komoditi Jahe

Karakteristik		Kelas		
		I	II	III
<b>Syarat Umum</b>				
1	Kesegaran Jahe	Segar	Segar	Segar
2	Tunas	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
3	Penampakan Irisan Melintang	Cerah	Cerah	Cerah
4	Bentuk Rimpang	Utuh	Utuh	Utuh
5	Serangga Hidup	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
<b>Syarat Khusus</b>				
1	Ukuran Berat (gram/Rimpang)	> 250	150 - 249	Dicantumkan sesuai analisis < 10%
2	Rimpang Terkelupas kulitnya (rimpang/Jumlah rimpang)	0%	0%	< 10%
3	Benda Asing	0%	0%	< 3%
4	Rimpang Berkapang (rimpang/Jumlah Rimpang)	0%	0%	< 10%

Sumber: Paramitasari, 2011

#### 2.4 Definisi Agribisnis dan Agroindustri

Konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh, mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Menurut Davis dalam Maulidah (2012), peran agribisnis tidak bisa terlepas dari agroindustri sebab agribisnis diartikan sebagai “...*the sum total of all operation activities in the manufacture and distribution of farm supplies production activities on the farm and storage, processing and distribution of farm commodities and item from them...*”.

Ekonomi industri modern dicirikan oleh perkembangan dan pertumbuhan industri pengolahan dimana konsumen menghendaki komoditi yang telah mengalami perubahan bentuk sehingga dapat dikonsumsi secara langsung. Dalam kenyataannya macam dan jumlah rasa yang ditumbuhkan dalam industri ini merupakan indikator pembangunan dan pertumbuhan suatu negara. Konsumen akan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk-produk pertanian yang diolah, diawetkan, didinginkan dan diperkaya oleh zat-zat tertentu (Halcrow, 1992).

Agroindustri merupakan salah satu contoh dari industri pengolahan. Badan Pusat Statistik mendefinisikan industri pengolahan adalah suatu unit (kesatuan)

produksi yang terletak di suatu tempat tertentu yang melakukan kegiatan mengubah barang baik secara mekanik maupun kimia atau mengubah barang yang nilainya rendah menjadi barang yang tinggi nilainya sehingga menjadi barang atau produk yang sifatnya menjadi lebih dekat dengan konsumen akhir.

## 2.5 Pengertian Industri

Industri mempunyai kegiatan disamping untuk memperoleh keuntungan juga merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan pemerintah dan membantu masyarakat sekitar. Lain halnya dengan kegiatan pemerintah yang cenderung ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara umum, seperti jalan, sekolah, dan rumah sakit.

Menurut Undang-Undang Nomor 5 tahun 1984 tentang perindustrian :

1. Industri adalah kegiatan ekonomi mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya. Termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.
2. Kelompok industri adalah bagian-bagian utama industri yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Definisi industri menurut Sukotjo dan Swastha (2000), adalah suatu kelompok perusahaan yang memproduksi barang yang sama untuk pasar yang sama pula. Sedangkan pengertian perusahaan diartikan sebagai suatu organisasi produksi yang mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara menguntungkan. Organisasi didefinisikan sebagai suatu bentuk dan hubungan yang mempunyai sifat dinamis, dalam arti dapat menyesuaikan diri kepada perubahan dan pada hakekatnya merupakan suatu bentuk yang dengan sadar diciptakan manusia untuk mencapai tujuan yang sudah diperhitungkan (Sukotjo dan Swastha, 2000).

Biro Pusat Statistik mengklasifikasikan industri pengolahan dalam empat kelompok yaitu :

1. Industri besar adalah industri yang punya tenaga kerja lebih dari 100 orang.

2. Industri sedang adalah industri yang punya tenaga kerja antara 20–99 orang.
3. Industri kecil adalah industri yang punya tenaga kerja antara 5–19 orang.
4. Industri rumah tangga adalah industri yang punya tenaga kerja 1–4 orang.

## 2.6 Perusahaan Perorangan

Perusahaan perorangan atau pribadi (*single or individual proprietorship*) yakni organisasi yang dimiliki dan dikendalikan oleh satu orang. Perusahaan perorangan cenderung merupakan bisnis kecil (Downy and Erickson, 1987). Dalam hal ini perusahaan perorangan dimiliki oleh perorangan dan cenderung kecil, namun tidak semua perusahaan perorangan memiliki skala bisnis yang kecil. Menurut Sukotjo dan Swastha (2000), bentuk kepemilikan usaha perseorangan merupakan usaha yang dimiliki oleh seseorang yang menjalankan pekerjaannya untuk mendapatkan keuntungan sendiri dan tanggung jawab terhadap risiko dan kegiatan perusahaan adalah sepenuhnya ditanggung oleh pemilik.

Bentuk seperti ini merupakan bentuk perusahaan yang paling banyak dijumpai di Indonesia, maupun negara lain di dunia. Adapun kebaikan bentuk perusahaan perseorangan adalah seluruh laba menjadi miliknya, kepuasan pribadi, kebebasan, fleksibilitas, lebih mudah memperoleh kredit dan sifat kerahasiaan. Sedangkan keburukannya adalah tanggung jawab pemilik terbatas, kelangsungan usaha terbatas, kesulitan dalam manajemen, kelangsungan usaha kurang terjamin, kurang adanya kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan karir. Sifat-sifat tersebut dijelaskan juga oleh Prodjosoeharjo (2006), adalah sebagai berikut :

1. Modal perusahaan berasal dari pengusaha perusahaan itu sendiri. Sering pula menggunakan modal pinjaman.
2. Dalam perusahaan tidak terdapat pemisahan secara tegas antara kekayaan perusahaan dengan kekayaan milik pengusaha.
3. Tidak ada pemisahan bunga modal dan upah tenaga. Hal ini karena pemimpin juga pemilik sendiri jadi tidak dapat diterapkan nilai gaji sebagai pemimpin dan nilai bunga untuk modal yang digunakan.

Menurut Prodjosoeharjo (2006), bentuk perusahaan perseorangan ini pada umumnya merupakan bentuk perusahaan kecil yang mempunyai banyak hambatan

di dalam mengembangkan usahanya. Beberapa hambatan perusahaan perseorangan tersebut dapat terjadi seperti :

1. Produktivitas kerja pada umumnya belum dikenal dan belum menerapkan sistem manajemen usaha yang teratur.
2. Tingkat pendapatan pengusaha kecil sehingga pendapatan pekerjaannya relatif rendah.
3. Status karyawan yang belum jelas menggunakan tenaga keluarga dan tenaga luar keluarga.
4. Jumlah tenaga yang relatif sedikit.
5. Margin keuntungan yang minim dengan resiko yang maksimum.

Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil pasal I ayat 1 menyatakan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Kriteria usaha kecil dalam Undang-undang tersebut tercantum pada pasal 5 ayat 1 yaitu sebagai berikut :

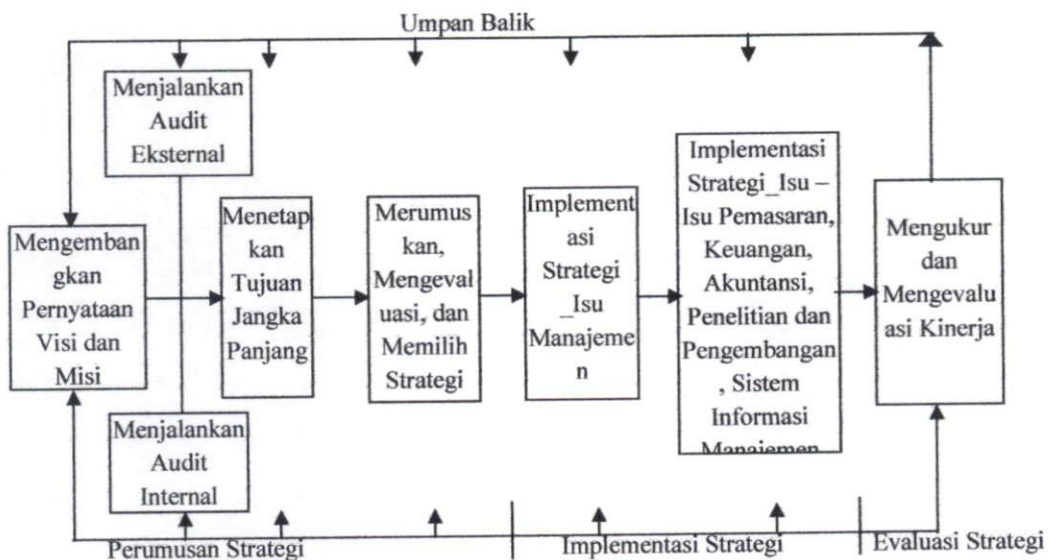
1. Mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-.
3. Milik warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
5. Berbentuk badan usaha orang perorang, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

## **2.7 Konsep Manajemen Strategi**

Pearce dan Robinson (1997), mendefinisikan manajemen strategi sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan yang terdiri dari delapan tugas penting yaitu :

1. Merumuskan misi perusahaan meliputi : rumusan umum tentang maksud keberadaan (*purpose*), filosofi dan tujuan (*goal*).
2. Mengembangkan profil perusahaan yang mencerminkan kondisi internal dan kapabilitasnya.
3. Menilai lingkungan eksternal perusahaan, meliputi baik pesaing maupun faktor-faktor kontekstual umum.
4. Menganalisis opsi perusahaan dengan mencocokkan sumberdayanya dengan lingkungan eksternal.
5. Mengidentifikasi opsi yang paling dikehendaki dengan mengevaluasi setiap opsi yang ada berdasarkan misi perusahaan.
6. Memilih seperangkat sasaran jangka panjang dan strategi umum (*grand strategy*) yang akan mencapai pilihan yang paling dikehendaki.
7. Mengembangkan sasaran tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan sasaran jangka panjang dan strategi umum yang dipilih.
8. Mengimplementasikan pilihan strategik dengan cara mengalokasikan sumberdaya anggaran yang menekankan pada kesesuaian antara tugas, sumber daya manusia, struktur, teknologi dan sistem imbalan.

Model manajemen strategi menurut David (2006), menggambarkan pendekatan yang jelas dan praktis untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi. Kerangka model tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Model Manajemen Strategi**

Sumber: David. 2006

Proses manajemen strategi (*strategic management process*) terdiri dari tiga tahap yaitu, pertama perumusan strategi (mengembangkan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan obyektif jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk dilakukan). Kedua, implementasi strategi menetapkan obyektif tahunan dan melengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumberdaya sehingga yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Ketiga, evaluasi strategi yaitu tahap akhir untuk mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi secara baik dan mencari apakah kendala yang dihadapi di dalam pelaksanaan strategi tersebut.

## 2.8 Konsep Strategi

Beberapa pengertian strategi adalah:

- a. Penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, dan penerapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumberdaya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini (Chandler dalam Triton, 2007).
- b. Arah dan cakupan organisasi yang secara ideal untuk cakupan jangka yang lebih panjang, yang menyesuaikan sumberdayanya dengan lingkungan yang berubah, dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan *stakeholder* (Jhonson dan schools dalam Triton, 2007).
- c. Rencana tentang apa yang ingin dicapai atau hendak menjadi apa suatu organisasi masa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan (*route*).
- d. Pola tindakan dan alokasi sumberdaya yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi (Tripomo dan Udan, 2005).

Berdasarkan definisi di atas, strategi adalah sekumpulan pikiran kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumberdaya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi (Triton, 2007).

Menurut Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner (2004), strategi merupakan respons secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi. Pengertian lain mengenai strategi menurut Andrews dan Chaffe dalam Rangkuti (2004), adalah kekuatan motivasi untuk *stakeholder*, seperti *stakeholders*, *debtholders*, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menerima keuntungan maupun biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Umar (2003), strategi merupakan tindakan yang bersifat (*incremental*) senantiasa meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa yang akan datang. Dengan demikian, strategi hampir dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.

### 2.8.1 Kerangka Analisis Strategis

Formulasi strategis atau yang biasanya disebut dengan perencanaan strategis merupakan proses penyusunan perencanaan jangka panjang. Karena itu, prosesnya lebih banyak menggunakan proses analitis. Jadi di dalam perencanaan strategis ini analisis-analisis baik pada tingkat korporat maupun pada tingkat bisnis sangat dibutuhkan. Tujuannya adalah untuk menyusun strategi sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan. (Rangkuti, 1991).

Menurut Rangkuti (1991) proses penyusunan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu :

#### 1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal.

Data internal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan, seperti analisis pasar, kompetitor, komunitas, pemasok, pemerintah dan kelompok

kepentingan tertentu. Sedangkan data internal dapat diperoleh dari dalam perusahaan itu sendiri, seperti laporan keuangan, kegiatan sumberdaya manusia, kegiatan operasional dan pemasaran (Rangkuti, 1991).

## 2. Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut kepada model perumusan strategi. Model strategi dalam perumusan ini dapat menggunakan matriks SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*), BCG (*Boston Consulting Group*), IE (*Internal Eksternal*), SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*) dan *Grand Strategy*.

## 3. Tahap Pengambilan Keputusan

Dari analisis data SWOT yang telah dilakukan, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Kesimpulan data hasil analisis SWOT tersebut mempengaruhi dan menjadi dasar dari pengambilan keputusan pada akhir tahap. Selain dari kesimpulan itu dapat menggunakan Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix/QSPM*) dan diskusi partisipatif dengan pimpinan lembaga yang akan menjalankan strategi yang dirumuskan.

Proses yang paling krusial dalam perumusan strategi adalah pada saat merumuskan alternatif dan menentukan pilihan tujuan atau cara. Strategi yang baik dapat digunakan sebagai alat koordinasi karena hubungan sebab akibat antara tujuan dan kegiatan atau keputusan menjadi lebih jelas (Tripomo dan Udan, 2005). Adapun proses manajemen strategis terdiri atas tiga tahapan, yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada model komprehensif manajemen strategi pada Gambar 1.

### 2.8.2 Perumusan Strategi Menggunakan Matriks *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT)

Proses perumusan strategi menggunakan Matriks SWOT, yaitu pada tahap input dilakukan identifikasi faktor eksternal dan internal dalam hal ini audit internal dan eksternal. Kemudian tahap pencocokan (*matching stage*) dalam perumusan strategi digunakan Matriks SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*). Sehingga melahirkan beberapa alternatif strategi dari

organisasi yang dianalisis. Hasil dari rumusan strategi akan dianalisa dan disarankan oleh pimpinan dalam pengambilan kebijakan disesuaikan dengan visi organisasi.

### **2.8.3 Audit Internal dan Audit Eksternal**

Proses audit internal dan eksternal perusahaan atau organisasi merupakan langkah awal dalam proses perumusan strategi. Hal ini ditujukan untuk menemukan faktor internal kunci dan faktor eksternal kunci sehingga dapat dirumuskan alternatif strategi yang cocok untuk setiap instansi maupun organisasi.

#### **2.8.3.1 Audit Internal**

Audit internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam suatu organisasi atau suatu perusahaan. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Sehingga setiap perusahaan atau unit bisnis memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda berdasarkan dari jenis perusahaan atau organisasinya.

Menurut David (2006) proses menjalankan audit internal sangatlah seiring dengan proses menjalankan audit eksternal. Keterlibatan dari meliputi dari manajer dan karyawan, karena audit internal membutuhkan pengumpulan dan pengasimilasian informasi tentang operasi manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen perusahaan

Proses audit internal meliputi dari analisis dari fungsi-fungsi manajemen yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengelolaan staf, dan pengendalian. Sehingga proses audit internal dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

#### **2.8.3.2 Audit Eksternal**

Berdasarkan David (2006) tujuan audit eksternal adalah untuk mengembangkan daftar yang terbatas tentang peluang yang dapat memberikan manfaat dan ancaman yang harus dihindari. Dalam proses audit eksternal harus mengidentifikasi variabel kunci untuk dapat memberikan respon yang dapat

dijalankan. Sehingga perusahaan atau organisasi dapat merespon baik secara agresif maupun defensif.

Menurut David (2006) kekuatan eksternal kunci dapat dibagi lima yaitu (1) kekuatan ekonomi; (2) kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan; (3) kekuatan politik, pemerintah, dan hukum; (4) kekuatan teknologi; dan (5) kekuatan kompetitif.

#### **2.8.4 Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* – SWOT)**

Menurut David (2006) matriks SWOT adalah alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (kekuatan-peluang – *Strengths-Opportunities*), strategi WO (Kelemahan-Peluang – *Weaknesses-Opportunities*), strategi ST (Kekuatan-Kelemahan – *Strengths-Threats*), dan strategi WT (Kelemahan-Ancaman – *Weaknesses-Threats*). Di dalam penerapan melalui matriks SWOT sangat sulit dalam mencocokkan antara faktor internal dan faktor eksternal kunci, untuk menghasilkan rumusan strategi yang paling baik.

Strategi SO (*Strengths – Opportunities Strategy*) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Semua manajer akan merasa senang apabila perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Organisasi pada umumnya akan menjalankan strategi WO, ST, dan WT agar dapat mencapai situasi dimana mereka dapat menerapkan strategi SO (David, 2006).

Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities Strategy*) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Dimana hal ini biasanya terjadi pada perusahaan yang memiliki peluang eksternal namun terhambat untuk memperoleh peluang tersebut dikarenakan kelemahan internal perusahaan tersebut.

Strategi ST (*Strengths – Threats Strategy*) menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Dalam hal ini tidak semua perusahaan menggunakan kekuatan untuk menghadapi

ancaman eksternal perusahaan secara langsung hal ini berdasarkan dari besarnya ancaman yang mengancam perusahaan tersebut.

Strategi WT (*Weaknesses – Threats Strategy*) adalah taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Strategi ini biasanya dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi kerugian yang lebih mendalam sehingga biasanya perusahaan mengambil langkah dengan cara bertahan hidup, bergabung, mengurangi ukuran, mendeklarasikan kebangkrutan, atau memilih likuidasi (David, 2006).

Matriks SWOT secara sistematis terdiri dari sembilan sel dimana ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel yang selalu dibiarkan kosong (sel di kiri atas). Sistematika matriks SWOT ditunjukkan pada gambar 2.

Menurut David (2006) terdapat delapan langkah dalam membuat matriks SWOT yaitu sebagai berikut:

1. Tuliskan peluang eksternal kunci perusahaan/ organisasi
2. Tuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan/ organisasi
3. Tuliskan kekuatan Internal kunci perusahaan/ organisasi
4. Tuliskan kelemahan internal kunci perusahaan/ organisasi
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan
6. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan
7. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan
8. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan

Tujuan dari masing-masing alat pencocokan dalam tahap ini adalah untuk menghasilkan alternatif strategi yang layak, bukan untuk memilih strategi mana yang terbaik. Tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk diimplementasikan.

Biarkan selalu Kosong	Kekuatan (Strength – S)	Kelemahan (Weaknesses – W)
Peluang (Opportunities – O)	<b>Strategi SO</b> Atasi Kelemahan dengan memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Gunakan Kekuatan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (Threats – T)	<b>Strategi ST</b> Gunakan kekuatan untuk menghindari Ancaman	<b>Strategi WT</b> Minimalkan Kelemahan dan hindari ancaman

**Gambar 2. Matriks SWOT**

Sumber: David, 2006

## 2.9 Tinjauan Rencana Strategi oleh Pemerintah

Strategi yang dilakukan oleh pemerintah melalui dinas-dinas terkait tergantung kepada kebijakan pemerintah. Seperti strategi yang dilakukan oleh dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi kota Bantul pada periode 2011 – 2015. Strategi yang diterapkan terletak pada pencapaian visi dan misi secara umum dari dinas tersebut

Rencana Strategis Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi, Kabupaten Bantul adalah dokumen Perencanaan Pembangunan yang dijadikan pedoman dan acuan dalam penyusunan Rencana Kerja (Renja) Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi. Hal ini memiliki konsekuensi bahwa program dan kegiatan yang termuat dalam Rencana Strategis (RENSTRA) bersifat secara lebih spesifik dan terukur dengan disertai sasaran yang akan dicapai dan indikatif untuk dapat dilaksanakan (Dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi Kabupaten Bantul, 2011).

Tujuan dari Rencana Strategis (RENSTRA) Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul (2011) adalah untuk menetapkan dokumen perencanaan yang memuat visi, misi, tujuan, strategi, sasaran, kebijakan, program dan kegiatan yang menjadi tolak ukur penilaian kinerja dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, sebagai panduan dan pedoman dalam menyusun Rencana Kerja (Renja) setiap tahunnya agar lebih terarah, fokus dan sesuai dengan perencanaan sebelumnya, serta sebagai Bahan evaluasi agar perencanaan dapat berjalan sistematis, komprehensif dan tetap fokus pada pemecahan masalah yang mendasar.

Beberapa contoh strategi yang akan diterapkan oleh dinas perindustrian, perdagangan, dan koperasi kabupaten Bantul (2011) adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kinerja dan pelayanan kepada masyarakat
- b. Meningkatkan pemberdayaan dan fasilitasi bagi KUKM
- c. Mengembangkan sistem distribusi dan lembaga usaha perdagangan serta kemitraan dengan PSG
- d. Peningkatan perlindungan Konsumen dan pengamanan perdagangan
- e. Peningkatan produksi, produktivitas dan nilai tambah
- f. Meningkatkan pemberdayaan dan pemanfaatan potensi industri serta teknologi yang berwawasan lingkungan
- g. Meningkatkan pertumbuhan investasi

Berdasarkan rumusan rancangan strategi yang dibuat oleh dinas terkait maka akan melahirkan suatu kebijakan, dimana kebijakan yang akan diambil oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Bantul pada periode 2011 – 2015 adalah sebagai berikut:

- a. Optimalisasi pemanfaatan fasilitas/*asset* daerah
- b. Revitalisasi koperasi dan peningkatan kemitraan pelaku ekonomi.
- c. Pemberdayaan KUKM
- d. Peningkatan promosi, pemasaran dan kerjasama lembaga usaha perdagangan serta kemitraan dengan Pasar Seni Gabusan (PSG)
- e. Sosialisasi Undang-undang perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa perdagangan dan pengawasan peredaran barang dan jasa
- f. Pengembangan usaha agribisnis dan peningkatan produksi, produktivitas dan nilai tambah.
- g. peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan berwawasan lingkungan.
- h. Peningkatan promosi dan kerjasama investasi
- i. Menciptakan iklim investasi yang kondusif dan realisasi investasi

## **2.10 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Abduh (2009) dalam penelitian strategi pengembangan industri kerupuk di kota Padang bahwa

perkembangan dari usaha industri kecil pada umumnya dipengaruhi oleh permasalahan permodalan dan pembinaan dari dinas-dinas terkait guna perkembangan industri tersebut. Penelitiannya juga menyatakan bahwa sertifikasi atau legalitas dari produk yang dipasarkan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk.

Berdasarkan penelitian dari Riance (2011) tentang strategi pengembangan agribisnis kopi robusta di Kabupaten Solok didapatkan bahwa rendahnya suatu kualitas produk yang dihasilkan dan tingkat daya saing yang rendah dapat diatasi dengan kebijakan-kebijakan yang mengarah pada pembinaan perbaikan mutu dan tampilan produk serta olahannya oleh pemerintah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Habib (2008) tentang Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah (*Zingiber officinale* Linn. Var. *rubrum*) pada CV. Hanabio Bogor, didapatkan bahwa kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan dilihat dari keterampilan dan keuletan pimpinan dalam mengelola usaha dan ketersediaan modal dalam mengelola perusahaan. Sedangkan faktor eksternal perusahaan dipengaruhi oleh lokasi usaha dan barang pengganti dari produk tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2008) tentang strategi pengembangan bisnis jahe (*Zingiber officinale* Rosc) di Indonesia didapatkan bahwa industri yang mengelola jahe belum menerapkan sistem GMP (*Good Manufacturing Practices*) dan sistem kemitraan antara petani dan pengelola belum sesuai dengan harapan yang memberikan keuntungan dari segi petani dan pengelola. Selain dari itu belum adanya hubungan sinergitas antara subsistem hulu dan hilir dalam bisnis jahe di Indonesia.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yanti (2008) disebutkan juga bahwa strategi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penjualan obat tradisional dapat tercapai melalui proses pengolahan dengan menggunakan prosedur *Good Manufacturing Practices* (GMP) dan melalui diversifikasi produk. Prosedur GMP telah meliputi kebersihan lingkungan kerja, lokasi produsen, sarana dan prasarana yang mendukung, desain dan peralatan, *higiene* karyawan, pengendalian proses, pemeliharaan sarana, sarana penyimpanan, sarana transportasi hingga sarana pengujian mutu dan keamanan produk. Strategi

diversifikasi produk dilakukan terutama untuk memenuhi keinginan konsumen. Strategi ini dilakukan dengan cara mengubah bentuk, rasa ataupun wangi dari jahe itu sendiri tanpa mengubah khasiat dan mutunya. Strategi ini akan berjalan dengan baik jika ada kerjasama dalam bentuk pengawasan oleh berbagai pihak terutama pemerintah dan Badan POM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rusviani (2007) tentang Reformulasi produk minuman tradisional berbasis jahe (*Zingiber officinale rosc*) berdasarkan kajian penerimaan dan Preferensi konsumen di kota Bogor terhadap citarasa didapatkan bahwa minuman tradisional berbasis jahe yang dipertimbangkan oleh konsumen di kota Bogor adalah rasa pedas dari jahe dan konsumen terbesar adalah wanita serta dalam penelitian ini juga dinyatakan bahwa etnis mempengaruhi selera konsumen untuk minuman yang berbasis jahe.

Berdasarkan laporan akhir dari Negara (2011) menyatakan bahwa dalam pemasaran minuman instan pada minuman jahe merah *mix* pada perusahaan amanah memiliki kekurangan dalam hal promosi, sehingga dibutuhkan sebuah desain produk sebagai media promosi untuk meningkatkan pemasaran dari produk tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2008) tentang Formulasi Strategi Pemasaran Obat Tradisional Pada Taman Syifa Di Kota Bogor, Jawa Barat didapatkan bahwa khusus pada perusahaan ini untuk memperoleh peluang pasar maka perusahaan harus melakukan riset pasar untuk mengetahui perkembangan strategi pemasaran yang dilakukan pesaing, memperkuat merek, meningkatkan aktivitas promosi dan distribusi yang efektif dan efisien, mempertahankan harga yang kompetitif dengan pesaing, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta keterjaminan keamanan produk, meningkatkan inovasi yang mengarah kepada penambahan lini produk, menambah variasi produk dengan menggali khasiat tanaman obat lainnya, mengoptimalkan fungsi tenaga pemasar dan memperbaiki sistem pembayaran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Septiadi dkk (2011) tentang tingkat kesukaan dan kepuasan konsumen produk jahe merah "herbalist" pada pabrik herbal haji Mena Lampung Selatan didapatkan bahwa perbedaan komposisi bahan penyusun minuman instan berbasis jahe merah memberikan

pengaruh berbeda nyata terhadap nilai kesukaan aroma, warna, rasa, penampakan dan penerimaan keseluruhan minuman instan berbasis jahe merah. Hasil analisis kesenjangan menunjukkan prioritas atribut Jahe Merah “Herbalist” yang harus ditingkatkan adalah reputasi perusahaan, distribusi lancar, kebersihan produk, dan promosi yang menarik sedangkan atribut yang memiliki derajat kepuasan tertinggi adalah produk bermanfaat bagi kesehatan, kesegaran, harga terjangkau, dan jahe merah “Herbalist” diterima baik oleh konsumen.

### 2.11. Kerangka Analisis Perumusan Strategi

Kerangka analisis dalam perumusan strategi yaitu sebagai berikut :

#### 1. **Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal pada Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang**

Identifikasi faktor internal dan eksternal pada dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang dilakukan secara deskriptif melalui wawancara. Identifikasi dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan kunci kemudian ditabulasikan dan dimasukkan pada tahap selanjutnya yaitu *matching stage* atau tahap pencocokan.

Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari Disperindagtamben Kota Padang. Sedangkan identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang menjadi peluang dan ancaman. Pengambilan data melalui informasi dari informan kunci yang dalam fungsi produksi, operasional, pemasaran dan penunjang. Hal ini digunakan untuk merumuskan alternatif strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang.

#### 2. **Merumuskan Alternatif Strategi dengan Matrik SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats*) pada Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang dalam Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah**

Berdasarkan David (2006) Matriks kekuatan – kelemahan – peluang – ancaman merupakan alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu **SO** (*Strength-Opportunities*), **WO** (*Weaknesses-Opportunities*), **ST** (*Strength-Threats*), dan **WT** (*Weaknesses-*

*Threats*). Matriks SWOT merupakan salah satu alat dalam manajemen strategi untuk merumuskan alternatif strategi. Pemilihan matrik SWOT dilakukan dengan pertimbangan bahwa alat analisa ini cocok digunakan dalam penelitian ini.

Penyajian yang sistematis dari matriks SWOT terdapat pada Gambar 1. Matriks SWOT terdiri atas Sembilan sel, dimana terdapat empat sel faktor kunci, empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, dan T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam membuat matriks SWOT:

1. Tuliskan Peluang eksternal kunci Perusahaan
2. Tuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan
3. Tuliskan Kekuatan Internal Kunci perusahaan
4. Tuliskan Kelemahan Internal Kunci perusahaan
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan.
6. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan.
7. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan.
8. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan.

Setelah dilakukan analisis SWOT pada masing-masing *stakeholder* pada masing-masing fungsi maka akan didapatkan beberapa alternatif strategi. Sehingga tahap terakhir adalah tahap keputusan namun dalam penelitian ini tidak sampai kepada tahap pengambilan keputusan alternatif strategi.

Rumusan strategi yang telah dihasilkan melalui matriks SWOT diajukan kepada pengambil kebijakan. Keputusan untuk melakukan strategi ini dilakukan oleh instansi yang mengambil kebijakan yaitu Dinas Perindustrian Perdagangan pertambangan dan energi (Disperindagtamben) Kota Padang.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Padang. Pemilihan tempat ini berdasarkan permasalahan pengembangan minuman instan jahe merah serta untuk merumuskan strategi yang digunakan untuk pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang.

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan terhitung Agustus sampai Oktober 2012.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dilakukan secara studi kasus (*case study*). Menurut Sugiyono (2009) metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Sedangkan Menurut Nazir (2003) studi kasus atau penelitian kasus merupakan penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Namun objek dalam penelitian ini adalah sistem yang terlibat dalam usaha pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang yang menyangkut kepada semua *stakeholder* di dalam sistem tersebut.

Pemilihan metode ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang serta untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan minuman instan jahe merah oleh Disperidagtaben Kota Padang.

#### 3.3 Metode Pengambilan Responden

Metode pengambilan Responden dilakukan secara sengaja (*sampling purposive*). Menurut Sugiyono (2009) *sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode *sampling* ini dipilih dengan pertimbangan bahwa sampel yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk tujuan penelitian.

### 3.4. Variabel yang diamati

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk tujuan utama yaitu mendeskripsikan lingkungan strategis dalam pengembangan industri minuman instan jahe merah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang yaitu sebagai berikut

a. Internal

Lingkungan internal dalam penelitian ini adalah Disperindagtamben Kota Padang, dimana variabel yang diamati meliputi tiga aspek yaitu; aspek organisasi, sumberdaya manusia dan keuangan. Aspek organisasi meliputi manajemen organisasi, struktur organisasi dan program kerja; aspek sumberdaya manusia meliputi jumlah anggota dan tingkat pendidikan; dan aspek keuangan meliputi sistem penganggaran dan alokasi keuangan.

b. Eksternal

Lingkungan eksternal dalam penelitian ini adalah responden yang dijadikan informan kunci yang berada di luar lingkungan internal dan terlibat dalam pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang yaitu meliputi empat fungsi yaitu fungsi produksi, operasional, pemasaran dan penunjang. Lingkungan eksternal tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi Produksi

Fungsi produksi dalam penelitian ini merupakan pemasok bahan baku dari industri jahe merah yaitu petani jahe yang berada di kota Padang, dimana variabel yang diamati meliputi biodata petani, kapasitas produksi, dan sistem pemasaran.

2. Fungsi Operasional

Fungsi operasional dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang melakukan pengelolaan minuman instan jahe merah, pelaku usaha dalam penelitian ini adalah UKM yang melakukan pengolahan minuman instan jahe merah. Variabel yang dilihat

dalam penelitian ini meliputi tiga aspek yaitu usaha, struktur organisasi, dan tenaga kerja.

### 3. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah pemilik tempat pemasaran dalam hal ini minimarket dan bofet yang menjual produk minuman instan jahe merah dengan kriteria serta berdasarkan rekomendasi dari pemilik usaha yaitu minimal telah berdiri sejak lama dan menjual minimal dua produk yang diproduksi oleh UKM pengolah minuman instan jahe merah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi gambaran umum tentang tempat pemasaran, jumlah pasokan produk per periode dari UKM dan sistem pembayaran.

### 4. Fungsi Penunjang

Fungsi penunjang dalam penelitian ini adalah lembaga keuangan yang membantu dalam hal permodalan, dalam penelitian ini lembaga penunjang adalah koperasi. Koperasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah tempat pengusaha yang mengolah minuman instan dalam meminjam modal usaha. Variabel yang diamati dalam fungsi penunjang meliputi gambaran umum koperasi dan sistem pemberian pinjaman

## 2. Tujuan kedua dalam penelitian ini yaitu merumuskan strategi yang cocok untuk pengembangan minuman instan di Kota Padang

Variabel penelitian yang diamati dalam tujuan kedua yaitu mengenai faktor permodalan, sumberdaya manusia dan organisasi. Variabel faktor permodalan mencakup kepada ketersediaan modal, cara memperoleh modal dan pengalokasian modal yang diperoleh; variabel mengenai faktor sumberdaya manusia meliputi tingkat pendidikan, jumlah tenaga kerja dan penempatan tenaga kerja; sedangkan organisasi variabel yang dilihat yaitu mengenai struktur organisasi.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara wawancara dan studi literatur. Sedangkan sumber data yang dikumpulkan berdasarkan dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti langsung dari sumber penelitian melalui survei lapangan dan wawancara kepada informan kunci menggunakan panduan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku literatur, jurnal terkait dengan penelitian dan instansi-instansi terkait seperti: Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pertanian dan Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Data primer dan sekunder yang dikumpulkan dianalisa satu persatu baik secara deskriptif maupun kualitatif. Data yang diolah adalah satu tahun terakhir produksi. Dimana pengolahan data diolah berdasarkan tujuan penelitian.

Berdasarkan tujuan pertama untuk mengidentifikasi pihak internal dan eksternal diolah secara deskriptif kualitatif untuk melihat *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang.

Tujuan kedua dalam penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang, dimana digunakan analisis data melalui tahapan dalam manajemen strategi. Dalam perumusan strategi melalui tiga tahapan yaitu tahap masukan (*input stage*) dan tahap pencocokan (*matching stage*) kemudian tahap keputusan (*decision stage*). Namun dalam penelitian ini tahap strategi tidak sampai pada tahap keputusan. Peneliti hanya mengajukan rumusan strategi hasil dari analisis peneliti kepada pihak yang mengambil kebijakan dalam pengembangan usaha minuman instan jahe merah, dalam hal ini Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang.

Tahapan dalam perumusan strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang adalah sebagai berikut:

**a. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal pada Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang**

Identifikasi faktor internal dan eksternal pada dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang dilakukan secara deskriptif melalui wawancara. Identifikasi dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan kunci kemudian ditabulasikan dan dimasukkan kepada tahap selanjutnya yaitu *matching stage* atau tahap pencocokan.

Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari Disperindagtamben Kota Padang. Sedangkan identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang menjadi peluang dan ancaman. Hal ini digunakan untuk merumuskan alternatif strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang. Identifikasi faktor internal dan eksternal dilakukan melalui wawancara dengan informan kunci.

**b. Merumuskan Alternatif Strategi dengan Matrik SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats*) pada Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang dalam Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah**

Berdasarkan David (2006) Matriks kekuatan – kelemahan – peluang – ancaman merupakan alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu **SO** (*Strength-Opportunities*), **WO** (*Weaknesses-Opportunities*), **ST** (*Strength-Threats*), dan **WT** (*Weaknesses-Threats*). Matriks SWOT merupakan salah satu alat dalam manajemen strategi untuk merumuskan alternatif strategi. Pemilihan matrik SWOT dilakukan dengan pertimbangan bahwa alat analisa ini cocok digunakan dalam penelitian ini.

Penyajian yang sistematis dari matriks SWOT terdapat pada Gambar 1. Matriks SWOT terdiri atas Sembilan sel, dimana terdapat empat sel faktor kunci, empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, dan T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam membuat matriks SWOT:

1. Tuliskan Peluang eksternal kunci Perusahaan
2. Tuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan
3. Tuliskan Kekuatan Internal Kunci perusahaan
4. Tuliskan Kelemahan Internal Kunci perusahaan
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan.
6. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan.
7. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan.
8. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan.

Setelah dilakukan analisis SWOT pada masing-masing *stakeholder* pada masing-masing fungsi maka akan didapatkan beberapa alternatif strategi fungsi. Sehingga tahap terakhir adalah tahap keputusan namun dalam penelitian ini tidak sampai kepada tahap pengambilan keputusan alternatif strategi.

Rumusan strategi yang telah dihasilkan melalui matriks SWOT diajukan kepada pengambil kebijakan. Keputusan untuk melakukan strategi ini dilakukan oleh instansi yang mengambil kebijakan yaitu Dinas Perindustrian Perdagangan pertambangan dan energi (Disperindagtamben) Kota Padang.

#### **c. Tahap implementasi strategi**

Penelitian ini tidak sampai pada tahap implementasi strategi namun rumusan strategi didiskusikan dengan dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi Kota Padang. Diskusi ini untuk memberikan gambaran tentang strategi yang cocok untuk pengembangan minuman instan jahe merah.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **4.1 Gambaran Umum Tentang Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi Kota Padang**

Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang kemudian berubah menjadi Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben) Kota Padang berdasarkan Perda Nomor 12 Tahun 2004 tentang Pembentukan Organisasi Dinas Daerah merupakan salah satu perangkat Pemerintah Kota Padang yang bertanggungjawab kepada Walikota dalam penyelenggaraan Pemerintah di bidang Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben,2009).

Dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi Kota Padang berlokasi di jalan Khatib Sulaiman Nomor 67 Kota Padang. Lokasi ini merupakan jalan utama di Kota Padang dan memiliki akses yang mudah untuk menjangkaunya karena dekat dengan pusat kota.

Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang memiliki tugas pokok yaitu melaksanakan kewenangan otonomi daerah di lingkup bidang perindustrian perdagangan pertambangan dan energi. Sehingga dalam hal ini disperindagtamben memiliki kewenangan dalam mengambil kebijakan yang bertujuan untuk memajukan masyarakat kota Padang yang meliputi bidang perindustrian perdagangan pertambangan dan energi sesuai dengan alur yang telah ditetapkan oleh dinas tersebut (Disperindagtamben,2009).

Disperindagtamben Kota Padang memiliki fungsi sebagai perumusan kebijakan teknis di lingkup bidang perindustrian perdagangan pertambangan dan energi, memberikan perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum, pembinaan unit pelaksana teknis daerah dan sebagai pengelolaan urusan ketatausahaan dinas. Selain itu disperindagtamben memiliki visi yaitu agar terwujudnya industri, perdagangan, pertambangan dan energi yang kompetitif dan professional serta memiliki misi yaitu menciptakan iklim usaha yang sehat dan kondusif, mewujudkan UKM-Industri dan perdagangan yang lebih kompetitif dan professional, memacu pertumbuhan sektor riil melalui peningkatan kualitas dan

perluasan pasar, melindungi kepentingan konsumen melalui tertib ukur, tertib mutu dan tertib niaga serta menata usaha tambang dan energi yang berwawasan lingkungan.

Berdasarkan informasi Disperindagtamben merupakan sebuah organisasi atau instansi dalam lingkup pemerintahan sehingga Disperindagtamben memiliki anggaran belanja yang diperoleh dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah untuk merealisasikan program jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang. Dalam perumusan kebijakan Disperindagtamben melibatkan seluruh elemen dalam dinas melalui potret terkini dan targetan yang akan dicapai dalam jangka panjang maupun pendek. Kebijakan diputuskan disesuaikan dengan program pemerintah dan tujuan dinas (Lampiran 8).

Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi memiliki struktur organisasi yang telah jelas dalam hal untuk pembagian tugas dan kerja dinas yang terlihat dalam peraturan Walikota Padang tahun 2012 (Lampiran 9). Struktur organisasi tersebut terdiri atas 1 orang Kepala Dinas, 1 orang Sekretaris, 4 orang Kepala Bidang, 2 orang Kepala Sub Bagian, 8 orang Kepala Seksi, 2 orang kepala UPTD Cabang dinas, 2 orang subag Tata Usaha UPTD Cabang dinas, dan 35 orang staf pelaksana PNS, serta 10 orang staf pelaksana nonPNS. Dalam hal ini tugas pokok dan fungsi dari masing-masing perangkat dalam dinas telah tertulis dalam peraturan Walikota Padang Nomor 61 tahun 2012 tentang penjabaran tugas pokok dan fungsi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan Dan Energi Kota Padang (Lampiran 10).

Sebagai suatu instansi Disperindagtamben memiliki visi dan misi organisasi periode 2011 – 2014. Visi organisasi yaitu Terwujudnya Industri, perdagangan, pertambangan dan energi yang kompetitif dan profesional dan memiliki misi yaitu menciptakan iklim usaha yang sehat dan kondusif, mewujudkan UKM-Industri dan perdagangan yang lebih kompetitif dan profesional, memacu pertumbuhan sektor riil melalui peningkatan kualitas dan perluasan pasar, melindungi kepentingan konsumen melalui tertib ukur, tertib mutu dan tertib niaga serta menata usaha tambang dan energi yang berwawasan lingkungan (Disperindagtamben, 2012).

## **4.2 Gambaran Lingkungan Strategis Dalam Pengembangan Industri Minuman Instan Jahe Merah**

Analisis lingkungan menurut William dan Lawrence (1996) adalah suatu proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang-peluang ataupun ancaman terhadap perusahaan. Lingkungan strategis merupakan lingkungan yang berkaitan dan berpengaruh terhadap perkembangan yang ada pada pengembangan industri minuman instan jahe merah. Dalam penelitian ini lingkungan strategis yang terbagi menjadi dua yaitu internal dan eksternal.

### **4.2.1 Internal**

Lingkungan internal dalam hal ini adalah lingkungan yang secara langsung terlibat dalam penerapan strategi yang dirumuskan dan menjalankan strategi untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Lingkungan internal dalam penelitian ini yaitu Dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi (Disperindagtamben) Kota Padang bidang perindustrian. Lingkungan internal digunakan untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan industri minuman instan jahe merah di Kota Padang.

Disperindagtamben merupakan instansi pemerintah yang memiliki kebijakan dalam memajukan usaha kecil menengah yang ada di Kota Padang meliputi bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi. Disperindagtamben memiliki visi yaitu terwujudnya industri, perdagangan, pertambangan dan energi yang kompetitif dan profesional. Dengan adanya visi yang dimiliki oleh Disperindagtamben diharapkan industri kecil dan menengah di kota Padang mampu bersaing dan berkembang. Sehingga diperlukan suatu strategi yang mendukung visi dan mengarah pada perkembangan usaha kecil dan menengah terutama industri pengolahan minuman instan jahe merah.

Disperindagtamben merupakan instansi pemerintah yang memiliki struktur organisasi secara tertulis sehingga terbagi secara jelas tugas dan wewenang dari masing-masing sektor. Susunan Disperindagtamben dalam organisasi terdiri atas satu kepala dinas, satu sekretaris, dan empat bidang serta dua cabang Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) (Lampiran 9).

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai yaitu untuk merumuskan strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang sehingga berdasarkan tugas pokok dan fungsi dalam Lampiran 10 maka yang menjadi lingkungan internal yaitu bidang perindustrian pada seksi bina usaha industri.

Bidang perindustrian menurut undang-undang no 5 tahun 1984 pengertian industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Sehingga usaha pengolahan minuman instan jahe merah termasuk ke dalam industri yang menjadi sasaran pengembangan sebagai tanggung jawab Disperindagtamben Kota Padang.

Berdasarkan informasi dari Disperindagtamben bahwa pengelompokan dan batasan mengenai bidang industri Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian Indonesia No.19/M/I/1986, industri dibedakan menjadi:

- Industri kimia dasar: misalnya industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dsb
- Industri mesin dan logam dasar: misalnya industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dll
- Industri kecil: industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dll
- Aneka industri: industri pakaian, industri makanan dan minuman, dan lain-lain

Sehingga usaha pengolahan minuman instan jahe merah masuk kepada industri kecil.

Program kerja yang dilakukan oleh Disperindagtamben bidang industri pada tahun 2012 untuk pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kota Padang adalah sebagai berikut :

- a. Menumbuhkan industri kecil di bidang bordir di Kota Padang menuju industri yang kompetitif
- b. Menumbuhkan industri kecil di bidang makanan di Kota Padang menuju industri yang kompetitif

- c. Memotivasi pelaku usaha industri kecil Kota Padang menjadi pengusaha yang sukses
  - d. Memfasilitasi IKM makanan ringan /pangan Kota Padang untuk mendapatkan sertifikasi halal
  - e. Melatih wanita di daerah P2WKSS dengan pelatihan menjahit pakaian
- Program ini dilakukan selama tahun 2012 oleh Disperindagtamben bidang perindustrian dan pendanaan melalui anggaran belanja tahun 2012. Dalam hal ini program yang dilakukan oleh bidang perindustrian masih bersifat secara keseluruhan dan tidak bersifat khusus dalam pengembangannya. Berdasarkan informasi dari kepala bidang perindustrian program yang dilakukan untuk industri kecil dibidang makanan/ minuman berupa pelatihan pembuatan makanan dan minuman dari bahan baku lokal dan pemberian sertifikasi halal produk.

Bidang perindustrian dikepalai oleh satu orang kepala bidang dan dua kepala seksi serta dibantukan oleh beberapa orang staff (Lampiran 9). Bidang perindustrian pada saat penelitian dikepalai oleh satu kepala bidang. beliau yang merekomendasikan dan menjalankan kebijakan yang ditentukan oleh rencana kerja dinas.

Bidang perindustrian terbagi menjadi dua seksi yaitu seksi bina usaha industri dan seksi sarana dan prasarana industri. Seksi bina usaha industri mempunyai tugas membantu kepala bidang perindustrian menyiapkan dan melaksanakan kebijakan pembinaan industri serta memiliki tugas pokok dalam Lampiran 10.

Program yang dilakukan oleh dinas pada bidang industri cenderung tidak jauh berbeda dari tahun sebelumnya. Program yang baru biasanya ada ketika terjadi tren baru di masyarakat, seperti pelatihan sulam emas, bordir, dan pembuatan makanan dari bahan-bahan lokal. Namun program yang dicanangkan tidak hanya terfokus pada salah satu industri namun sebagian industri. Dimana industri yang terlibat dalam pelatihan ini berkisar 30 – 35 UKM atau IKM per tahun untuk satu program yang dilaksanakan.

Program yang dilakukan oleh pemerintah atau dinas kepada IKM dan UKM dilakukan berupa pelatihan menjadi produk jadi atau setengah jadi. Dimana program mengarah pada kuantitas produksi namun pengawasan pada persediaan

bahan baku tidak ada, sehingga persediaan bahan baku cenderung sulit dan harga tidak stabil. Hal ini menjadi permasalahan mendasar oleh masyarakat pelaku industri kecil menengah.

Disperindag tamben kota Padang pada bidang perindustrian memiliki sumberdaya manusia berpendidikan tinggi dan memiliki struktur organisasi yang jelas (lampiran 11). Bidang perindustrian memiliki sumberdaya manusia yang beranggotakan berpendidikan strata dua sebanyak dua orang, strata satu 6 orang dan SMA sebanyak dua orang. Dimana masing-masing bagian telah memiliki tugas pokok dan fungsi yang tercantum dalam peraturan walikota padang nomor 61 tahun 2012 (Lampiran 10).

Pengalokasian sumberdaya manusia yang dimiliki pada bidang perindustrian ditentukan oleh kepala dinas berdasarkan rekomendasi kepala bidang perindustrian. Selain penempatan dalam pelaksanaan dilapangan kondisi staff tidak selalu ditempatkan ditempat yang sama setiap periode kepengurusan namun dilakukan mutasi, hal ini dilakukan agar tercipta hubungan yang solid antar anggota dan mempermudah pencapaian program dinas.

Program yang direncanakan dinas mendapat anggaran dalam pelaksanaannya dari pemerintah pusat dan daerah, dimana besarnya anggaran ini ditentukan oleh besar dan banyak program yang dilaksanakan. Pada tahun 2012 anggaran program untuk bidang industri pada program pengembangan industri kecil dan menengah Sebesar Rp 886,101,000.- anggaran ini digunakan selama tahun 2012 untuk pengembangan industri kecil dan menengah.

Dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi Kota Padang berada di Jalan Khatib Sulaiman, yang merupakan salah satu jalan utama di Kota Padang dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Hal ini memudahkan masyarakat dalam mengakses atau ingin mendapatkan pelayanan di disperindagtamben kota Padang.

#### **4.2.2 Eksternal**

Lingkungan eksternal dalam penelitian ini merupakan lingkungan yang berada di luar lingkungan internal atau fungsi dalam pengembangan strategi namun mempengaruhi dalam perumusan strategi. Lingkungan eksternal meliputi 4 fungsi

yaitu fungsi produksi, operasional, pemasaran dan penunjang. Pemilihan fungsi ini dikarenakan dalam perumusan strategi harus memperhatikan input yang akan menjadi peluang dan ancaman dalam merumuskan strategi agar tercapai strategi yang sesuai dengan permasalahan.

#### a. Fungsi Produksi

Fungsi produksi dalam penelitian ini menggambarkan tentang pemasok yang berperan dalam proses produksi industri minuman instan jahe merah di Kota Padang. Lingkungan yang berada dalam fungsi produksi yaitu petani jahe. Pemilihan petani sebagai faktor strategis dalam lingkungan eksternal dalam fungsi produksi dikarenakan mereka mempengaruhi peningkatan produksi dan mengatur persediaan jahe di Kota Padang.

Petani jahe sebagai fungsi produksi memiliki peranan penting dalam perkembangan usaha minuman instan jahe merah di Kota Padang dalam hal persediaan bahan baku. Meskipun petani jahe mengalami penurunan jumlah, dikarenakan usahatani jahe tidak dijadikan sebagai usaha utama. Penelitian ini mengambil sampel petani jahe sebanyak 5 orang (Tabel 4), pemilihan petani jahe dilakukan secara sengaja yaitu yang berada di daerah kota Padang. Petani jahe yang dijadikan sampel selain secara sengaja juga dilakukan berdasarkan informasi dari dinas pertanian Kota Padang yang mengetahui terhadap pembudidaya jahe merah.

Tabel 4. Responden Petani Jahe

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Th)	Luas Lahan (Ha)	Pengalaman (Tahun)	Alamat
1	Sumarno	L	60	0.090	15	Kuranji – Padang
2	Hadiarno	L	53	0.015	11	Lubuk Kilangan – Padang
3	Syafri	L	50	0.030	10	Sungai Bangih – Koto Tangah
4	Ayang	L	66	0.080	10	Jl. Binuang Kampung Dalam - Pauh
5	Januardi	L	45	0.040	9	Jl. Binuang kampung Dalam

Berdasarkan data dari wawancara bahwa petani jahe responden memiliki luas lahan kurang dari 0.1 Ha. Hal ini dikarenakan budidaya jahe tidak menjadi usaha utama dan hanya dijadikan sebagai usaha sampingan. Jahe dijadikan sebagai tanaman tumpang sari dan digunakan sebagai tanaman tegalan, yaitu tanaman yang di tanam di lahan-lahan kosong yang berada di sekitar rumah.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa di kota Padang dalam hal pembudidayaan jahe sangat kurang dilakukan, dikarenakan bibit untuk budidaya jahe cukup sulit dan masa panen yang cukup lama. Kebanyakan dari para petani jahe yang mereka budidayakan berasal dari proses pembibitan sendiri. Hal ini membuat hasil produksi kurang dari potensi yang dimiliki oleh jahe merah. Dimana menurut Paramitasari (2011) bahwa potensi produksi jahe merah dalam budidaya adalah 10 – 16 ton/ha. Hal ini sangat jauh berbeda dengan usahatani yang dilakukan oleh petani jahe di kota Padang, dimana produksi jahe hanya mencapai 6 – 8 ton/ha (Tabel 5).

Tabel 5. Produksi Jahe selama 3 tahun terakhir pada petani Sampel

No	Nama Petani Responden	Produksi Jahe (kg)		
		Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012
1	Sumarno	720	700	700
2	Hadiarno	120	100	120
3	Syafri	180	180	160
4	Ayang	600	500	520
5	Januardi	240	200	200

Selain dari produksi yang kurang memenuhi dengan yang diharapkan, berdasarkan Tabel 5 bahwa produksi jahe tidak tetap. Hal ini banyak dipengaruhi oleh penggunaan faktor produksi yang kurang maksimal, sehingga mempengaruhi produktifitas dari jahe. Selain itu disebabkan oleh kurangnya pengetahuan petani jahe dalam membudidayakan jahe merah sesuai dengan anjuran pembudidayaan dikarenakan kurangnya penyuluhan tentang budidaya jahe oleh dinas pertanian setempat.

Berdasarkan informasi dari Dinas Pertanian Kota Padang, bahwasannya penyuluhan mengenai pembudidayaan jahe di Kota Padang yang dilakukan terakhir kali pada tahun 2005. Namun pembudidayaan yang dilakukan tidak menghasilkan hasil maksimal dikarenakan petani mengalami kegagalan panen. Penyuluhan yang dilakukan adalah pembudidayaan jahe putih besar atau jahe gajah bukan jahe merah.

Petani jahe pada umumnya membudidayakan jahe terbatas dikarenakan permodalan petani yang terbatas. Berdasarkan wawancara petani bahwa permodalan yang mereka peroleh berdasarkan dari mereka sendiri. Sehingga

terkendala dalam hal pembelian bibit dan pengelolaan jahe dalam hal pembudidayaan jahe tersebut.

Berdasarkan wawancara kepada petani bahwasannya pembudidayaan jahe merah yang dilakukan petani berbeda dengan anjuran yang dilakukan dalam pembudidayaan oleh dinas pertanian, terutama dalam hal pemeliharaan. Dalam hal pemeliharaan yang dilakukan oleh petani hanya sebatas untuk mempertahankan agar tanaman dapat hidup serta pupuk yang diberikan hanya 2 kali selama masa tanam yaitu diawal tanam dan menjelang panen. Sehingga hal ini mempengaruhi produksi tanaman jahe tersebut (Lampiran 12).

Pemasaran yang dilakukan oleh petani dalam memasarkan hasil produksinya dilakukan secara langsung yaitu dipasarkan ke pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pemasaran melalui pedagang pengumpul hasil produksi di antar langsung ke pasar. Sedangkan melalui pedagang pengecer, jahe dijemput ke ladang petani oleh pengecer secara langsung, namun pembelian yang dilakukan oleh pengecer dengan jumlah yang terbatas (Tabel 6).

Tabel 6. Tujuan Pemasaran Petani Jahe Merah

No	Nama Petani	Sistem Pemasaran	Tujuan Pemasaran	Sistem Pembayaran
1	Sumarno	Langsung	Pedagang Pengumpul	Tunai
2	Hadiarno	Langsung	Pedagang Pengumpul & Pengecer	Tunai
3	Syafri	Langsung	UD. Zul BH	Tunai
4	Ayang	Langsung	Pasar Bandar Buat & Pedagang pengecer	Tunai
5	Januardi	Langsung	Pasar Bandar Buat	Tunai

#### b. Fungsi Operasional

Lingkungan eksternal dalam fungsi operasional yaitu fungsi yang melakukan proses produksi minuman instan jahe merah secara langsung. Lingkungan eksternal yang terlibat dalam fungsi operasional yaitu usaha yang mengolah jahe merah menjadi minuman instan berupa Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kota Padang. Usaha Kecil Menengah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah UKM yang masih beroperasi dalam memproduksi minuman instan jahe merah. UKM yang menjadi sampel yaitu Usaha Adil, Usaha Refan dan Usaha CIE.

Usaha yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

## 1. Perusahaan Adil

Perusahaan Adil merupakan perusahaan yang mengolah jahe merah menjadi minuman instan dan berdiri pada tahun 2006 yang beralamat di Jalan Manggis I Belimbing Kota Padang. Perusahaan Adil merupakan perusahaan yang berbasis industri rumah tangga. Pemilik usaha Adil adalah bapak Dilyagus Putra Zoma, SE.

Perusahaan Adil berdiri sejak tahun 2006, dimana diawali dengan usaha sampingan untuk menambah pendapatan keluarga. Selain itu usaha ini didirikan berdasarkan hobi pemilik usaha yaitu bapak Agus yang hobi memasak. Sehingga menjadi industri rumah tangga yang omsetnya terus meningkat. Modal usaha Adil diawali dari modal sendiri, dimana awal berdiri bermodal sekitar Rp 200,000.-an hingga telah mencapai modal Rp 50,000,000.- yang merupakan pinjaman dari lembaga keuangan. Melihat prospek perkembangan usaha yang baik dalam industry pengolahan jahe ini sehingga usaha ini menjadi sasaran bagi lembaga keuangan untuk meminjamkan modal untuk pengembangan usaha kedepan.

Bahan baku dari usaha Adil ini diperoleh dari pemasok tetap yang ada di Pasar Raya Kota Padang dan dari petani yang memudidayakan tanaman jahe merah di Kota Padang. Selain kota Padang Bahan baku juga dipasok dari daerah-daerah di luar Kota Padang yaitu daerah Pasaman dan daerah Bengkulu.

Pasokan jahe merah untuk bahan baku mengalami penurunan dan peningkatan. Pemasokan dilakukan setiap bulan oleh usaha adil, hal ini dilakukan agar tidak terjadi kekurangan bahan baku ketika melakukan proses produksi. Produksi yang dilakukan usaha Adil cenderung melihat sisa pasokan produk dan tren permintaan di pasar. Dimana pasokan bahan baku jahe merah pada tahun 2011 pada Tabel 7.

Tabel 7. Bahan Baku Jahe merah selama tahun 2011 untuk usaha Adil

No	Bulan	Jumlah Pesanan (Kg)	Harga/Kg
1	Januari	300	6000
2	Februari	350	6000
3	Maret	250	7000
4	April	240	7000
5	Mei	300	7000
6	Juni	400	7000
7	Juli	200	8000
8	Agustus	250	8000
9	September	300	8000
10	Oktober	400	8000
11	November	300	8000
12	Desember	300	8000

Sumber: Usaha Adil, 2012

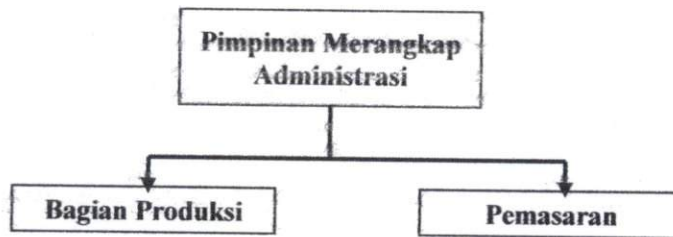
Produksi Usaha Adil dilakukan setiap bulan. Jumlah produksi dilakukan berdasarkan tingginya permintaan dipasaran. Dimana rata-rata produksi usaha Adil perbulannya menggunakan jahe sebanyak 250-300 kg jahe. Sedangkan harga jual produk jahe merah selama tahun 2011 tetap yaitu seharga Rp 13,000/Kotak. Jumlah produksi minuman instan jahe merah selama tahun 2011 sebanyak 10471 kotak produksi yang dilakukan tidak tetap oleh perusahaan Adil (Lampiran 13).

Perusahaan Adil melakukan poses produksi setiap hari dengan menggunakan jahe rata-rata perhari sebanyak 10-15 kg jahe merah. Dimana proses produksi yang dilakukan usaha Adil dimulai dengan cara pembelian bahan baku dari pemasok di Pasar Raya kemudian jahe merah segar dan cukup umur dicuci lalu dicancang-cancang hingga kecil-kecil. Lalu jahe merah dihaluskan menggunakan *blender* kemudian ditiriskan dan dipisahkan antara air dan ampas jahe merah. Setelah terpisah antara air dan ampas kemudian yang diolah ampas jahe merah kemudian dimasak lebih kurang 2 jam hingga mengkristal. Kemudian Kristal jahe dipisahkan dengan cara pengayakan dan tercipta bubuk jahe merah setelah itu didinginkan dan siap dipasarkan (Gambar 3).



Gambar 3. Diagram Alir Proses Produksi Usaha Adil

Perusahaan Adil secara tertulis tidak ada proses manajemen sumberdaya manusia untuk mengelola tenaga kerja. Namun secara tidak langsung usaha Adil memiliki struktur organisasi dalam Gambar 4. Dimana terdapat satu pimpinan dan terdapat bagian produksi dan pemasaran.



Gambar 4. Struktur Organisasi Usaha Adil

Perusahaan Adil dalam melakukan proses produksi menggunakan enam tenaga kerja (Lampiran 14). Tenaga kerja yang digunakan dalam perusahaan Adil ada enam orang yaitu dua laki-laki dan 4 orang perempuan. Pendidikan tenaga kerja minimal SMA dan paling tinggi Strata 1, setiap pekerja memiliki tugas yang berbeda-beda dalam proses produksi sebanyak 3 orang sedangkan pengepakan dilakukan oleh satu orang dan yang mengadakan pemasaran dua orang.

Tenaga kerja yang dipekerjakan sebelum bekerja dilakukan training terlebih dahulu selama satu minggu sebelum melakukan proses produksi. Hal ini dilakukan untuk yang bergerak dalam produksi yaitu memasak bahan baku menjadi barang jadi.

Perusahaan Adil memiliki tempat distribusi yang cukup banyak di daerah Padang yaitu terdapat sebanyak 44 tempat pemasaran produk pada tahun 2010 (Lampiran 15). Pemasokan produksi ini dilakukan secara periodik yaitu sebulan sekali dan pemasokan dengan jumlah tetap yaitu rata-rata 20 kotak/tempat. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah dengan sistem konsinyasi, yaitu dimana barang akan dititipkan terlebih dahulu dan dibayarkan sesuai dengan jumlah produk yang terjual pada akhir bulan.

Perusahaan Adil dengan sistem konsinyasi seperti ini sebenarnya memberatkan bagi produsen untuk memperbesar produksi, dikarenakan besarnya modal yang tertanam dalam usaha ini. perusahaan Adil seharusnya memiliki dana cadangan untuk memperluas pasar dan tempat pendistribusian.

## 2. Perusahaan Refan

Perusahaan Refan merupakan perusahaan yang berbasis keluarga. Usaha ini berdiri dilatarbelakangi oleh ibu Nelti sebagai ibu rumah tangga untuk menambah

pendapatan keluarga dengan pemanfaatan bahan jahe merah. Perusahaan ini berdiri sejak tanggal 28 Maret 2008 dengan merk dagang Zyerfan. Produksi dilakukan pada tahun 2011 dapat dilihat di Lampiran 16.

Perusahaan Refan telah banyak memanfaatkan pekerja dari lingkungan masyarakat sekitar daerah produksi. Usaha ini selain membantu perekonomian masyarakat di daerah tempat berproduksi juga memberikan manfaat secara tidak langsung sebagai pengurangan angka pengangguran. Tenaga kerja yang dilibatkan dalam proses pembuatan minuman instan jahe merah adalah sebagai berikut:

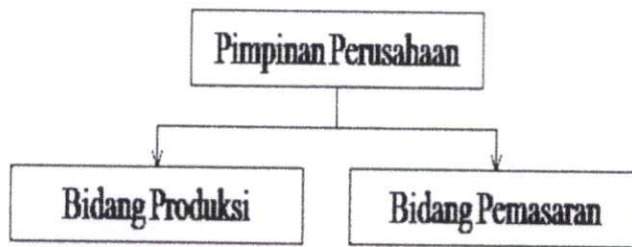
Tabel 8. Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan Refan tahun 2011

No	Nama Tenaga Kerja	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Tugas
1	Zunelti	P	38	Pemilik dan Pembuat Formula Jahe
2	Verina	P	55	Tukang Masak
3	Tuti	P	51	Tukang Masak
4	Rezi	P	21	Pengemasan
5	Lia	P	20	Pengemasan
6	Ibu	P	49	Tukang Masak

Sumber : Usaha Refan, 2012

Perusahaan Refan mempekerjakan enam orang tenaga kerja (Tabel 8) yang semuanya adalah perempuan hal ini dikarenakan menurut pemilik usaha, pemilihan tenaga kerja wanita dikarenakan usaha ini dilakukan secara sederhana untuk pemberdayaan ibu-ibu yang berada di sekitar lingkungan tempat produksi. Selain itu pekerjaan ini hanya dilakukan oleh industri tingkat rumah tangga dan perempuan memiliki tingkat ketelitian yang lebih dibandingkan tenaga kerja laki-laki.

Tenaga kerja yang dipekerjakan oleh usaha Refan ini memiliki tugas yang berbeda-beda dan dilakukan selama produksi yaitu meliputi pembuatan formula minuman instan, tukang memasak, dan pengemasan. Sedangkan dalam hal pemasaran dilakukan oleh pemilik usaha sendiri langsung kepada tempat pemasaran yang telah menjadi pelanggan tetap usaha ini. Berdasarkan dari penelitian dapat diambil struktur organisasi pada usaha Refan adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Struktur Organisasi Usaha Refan

Berdasarkan penelitian maka proses produksi yang dilakukan oleh usaha Refan yaitu jahe yang telah dibeli di pasar kemudian dicuci, setelah melakukan pencucian yang bersih kemudian jahe dipotong-potong kecil-kecil setelah itu dihancurkan menggunakan *blender* dan diperas dipisahkan antara sari dan ampasnya. Setelah sari dan ampas terpisah, kemudian ampasnya dapat digunakan sebagai keperluan lain. Sedangkan sarinya kemudian dimasak selama lebih kurang 5 jam diatas tungku hingga terbentuk gumpalan-gumpalan kecil yang kemudian didiamkan lalu gumpalan-gumpalan kecil dihancurkan hingga hancur menggunakan *blender* hingga menjadi serbuk dan serbuk siap dikemas dan dipasarkan (Lampiran 17).

Perusahaan Refan memiliki keterbatasan dalam pengembangan daerah pemasaran. Berdasarkan penelitian daerah pemasaran usaha Refan hanya terfokus di Kota Padang (Lampiran 18). Hal ini dikarenakan usaha Refan hanya memiliki tenaga pemasar wanita sehingga untuk pemasaran yang dilakukan pada tempat yang jauh mengalami kesulitan dalam pemasarannya.

Pemasokan produk pada tempat pemasaran dilakukan per periode dimana dilakukan setiap dua bulan sekali. Sistem pembayaran dilakukan secara konsinyasi yaitu pembayaran dilakukan setelah barang yang dititipkan terjual.

Pemasaran keluar daerah Kota Padang biasanya dilakukan oleh keluarga yang datang dari luar kota. Sehingga produk yang tersebar terbatas untuk keluar kota Padang. Sedangkan promosi yang dilakukan hanya melalui individu ke individu yaitu melalui *personal selling*. Sedangkan media promosi melalui media audio maupun cetak tidak ada dilakukan sehingga hal ini menyebabkan produk kurang terkenal.

### 3. Perusahaan CIE

Perusahaan Citra Insani Explorer (CIE) merupakan perusahaan pembuatan minuman instan jahe merah yang berdiri sejak tahun 2005 hingga sekarang. Perusahaan CIE memilih tempat pemasaran di tempat warung-warung kecil dan minimarket serta daerah di luar Kota Padang yaitu Payakumbuh, Solok, dan Pasaman.

Perusahaan CIE didirikan oleh Bapak Nong Hendri Bur sejak tahun 2005. Beliau sekaligus menjadi pimpinan dalam usaha ini. Sedangkan nama usaha ini Citra Insani Explorer yang berarti seseorang yang memiliki kebebasan dan tanpa ikatan serta agar mudah produk ini diingat. Sedangkan bahan baku perusahaan CIE berasal dari pemasok di pasar raya Padang.

Usaha CIE melakukan pemasokan bahan baku langsung dari pemasok utama, namun dalam hal pemasokan usaha CIE biasanya selain dari UD Zul BH juga diperoleh dari Ibu Kusuik yang telah menjadi langganan usaha CIE. Pemasokan bahan baku berdasarkan kapasitas produksi dan dilakukan setiap bulan.

Selama tahun 2011 perusahaan CIE telah menerima pasokan jahe merah untuk produksi sebanyak 1,063 ton. Dimana pasokan bahan baku jahe merah perusahaan CIE selama tahun 2011 seperti dalam Tabel 9.

Tabel 9. Permintaan bahan baku jahe merah Usaha CIE Tahun 2011

No	Bulan	Jumlah Pesanan (Kg)	Harga/Kg
1	Januari	80	12000
2	Februari	70	12000
3	Maret	80	12000
4	April	85	10000
5	Mei	85	9000
6	Juni	95	9000
7	Juli	80	8000
8	Agustus	83	8000
9	September	95	8000
10	Oktober	100	8000
11	November	110	8000
12	Desember	100	8000

Sumber; Perusahaan CIE, 2012

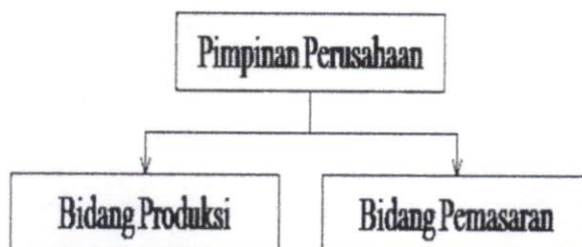
Berdasarkan Tabel 9 permintaan bahan baku untuk pengelolaan minuman jahe mengalami peningkatan pada bulan September – Desember. Hal ini menurut pemilik usaha disebabkan oleh faktor lingkungan yaitu pada musim penghujan permintaan akan produk cenderung mengalami peningkatan. Selain itu produk perusahaan mulai diminati oleh konsumen sehingga diperlukan penambahan jumlah produksi.

Harga jahe bahan baku perusahaan CIE terbilang mahal dibandingkan dengan harga bahan baku yang dibeli oleh dua usaha yaitu Adil dan Refan. Dimana harga bahan baku usaha CIE mencapai Rp 8,000/Kg. Hal ini disebabkan oleh jumlah pembelian yang sedikit sehingga harga yang dikeluarkan cukup besar. Selain itu kapasitas produksi dari minuman instan masih terbatas untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku.

Tenaga kerja yang digunakan perusahaan CIE dalam proses produksi sebanyak 3 orang. Tenaga kerja yang digunakan semuanya termasuk kedalam tenaga kerja dalam keluarga. Pemilihan tenaga kerja ini dilakukan oleh perusahaan dikarenakan usaha masih tergolong usaha rumahan.

Tingkat pendidikan tenaga kerja yang digunakan yaitu Sekolah Menengah Atas dan Sarjana. Pemilik dalam hal ini tergolong sebagai tenaga kerja, hal ini dikarenakan beliau terlibat dalam proses produksi. Pembagian tugas yang dilakukan dalam proses produksi telah terbagi dengan baik, namun pembagian kerja ini belum tertulis secara detail.

Struktur organisasi perusahaan CIE meskipun belum tertulis namun dapat digambarkan pada gambar 6. Usaha CIE terbagi menjadi tiga bagian yaitu satu pimpinan dan dua bidang yaitu bidang produksi dan bidang pemasaran. Dimana pimpinan perusahaan ini bertanggungjawab terhadap kelangsungan kemajuan perusahaan ini.



Gambar 6. Struktur Organisasi Usaha CIE

Pembagian tenaga kerja dalam usaha ini terbagi menjadi tiga proses yaitu proses persediaan, pengolahan dan pemasaran. Pimpinan perusahaan ini memiliki tugas merangkap semuanya sedangkan dua tenaga kerja lainnya mencakup pada proses produksi dan pemasaran (Tabel 10).

Tabel 10. Tenaga Kerja Usaha CIE

No	Tugas	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan
1	Pimpinan Perusahaan	L	35	S1
2	Memasak, <i>Packing</i> , Pemasaran	P	33	S1
3	Tukang Aduk	L	28	SMA

Sumber; Perusahaan CIE, 2012

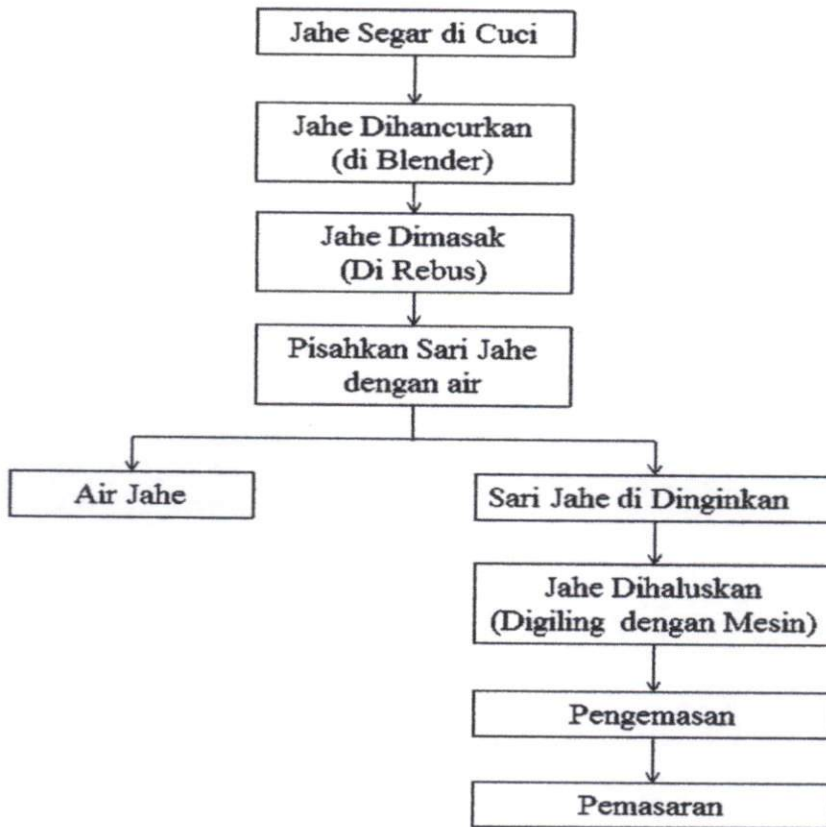
Jumlah produksi yang dilakukan perusahaan CIE belum tetap. Produksi yang dilakukan masih berdasarkan tingkat permintaan dari pelanggan. Sehingga menyebabkan kebutuhan bahan baku yang tidak tetap. Selain itu perusahaan CIE mempertimbangkan harga bahan baku, hal ini dikarenakan usaha ini memiliki modal yang kecil. Produksi yang dilakukan dalam proses produksi menggunakan satuan renteng.

Tabel 11. Produksi Minuman Jahe Instan Tahun 2011

Bulan	Jumlah Produksi (Renteng)	Harga/renteng (Rp)
Januari	781	15,000
Februari	859	15,000
Maret	938	15,000
April	1172	15,000
Mei	1016	15,000
Juni	1016	15,000
Juli	1094	15,000
Agustus	1172	15,000
September	1250	15,000
Oktober	1406	15,000
November	1406	15,000
Desember	1422	15,000

Sumber: Perusahaan CIE, 2012

Berdasarkan penelitian proses produksi Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan CIE dapat dilihat pada diagram alir di bawah ini.



Gambar 7. Diagram Alir Proses Produksi Perusahaan CIE

Berdasarkan diagram alir pada Gambar 7 proses produksi diawali dengan pemilihan bahan baku yang akan diolah untuk usaha minuman instan jahe merah. Setelah tersedia jahe dicuci bersih kemudian dihancurkan menggunakan *blender* dan setelah hancur jahe langsung dimasak lebih kurang 3 jam hingga masak jahe kemudian dipisahkan antara air jahe dan sari jahnya kemudian didinginkan. Setelah sari jahe dingin kemudian dihaluskan kembali menggunakan mesin penggiling tepung dan jahe siap dikemas dan dipasarkan.

Perusahaan CIE memiliki daerah pemasaran tetap yaitu daerah yang telah memiliki skala dalam persediaan produk dari perusahaan CIE. Penyaluran produk minuman instan jahe merah perusahaan setiap 3 bulan sekali untuk di luar kota Padang, sedangkan di Kota Padang dilakukan setiap bulan. Produk minuman instan jahe merah banyak dipasarkan di tempat warung-warung kecil seperti tempat nasi goreng, waserda, dan warung kopi. Sedangkan daerah pemasaran banyak dilakukan

di Kota Padang. Daerah yang menjadi tujuan pemasaran perusahaan CIE terdapat dalam Tabel 12:

Tabel 12. Daerah Pemasaran Produk perusahaan CIE per Tahun 2011

No	Daerah Pemasaran	Jumlah Produk (Renteng)	Sistem Pembayaran
1	Padang	4,736	Konsinyasi
2	Kabupaten Padang pariaman - Lubuk Alung	2,706	Konsinyasi
3	Rengat-Riau	2,706	Konsinyasi
4	Pasaman	2,030	Konsinyasi
5	Solok	1,353	Konsinyasi
<b>TOTAL</b>		<b>13,531</b>	

Sumber: Perusahaan CIE, 2012

Berdasarkan Tabel 12 daerah yang menjadi pasar utama pemasaran selama tahun 2011 adalah Kota Padang. Dikarenakan daerah Padang selain tempat berproduksi dan di daerah Padang lebih mudah terjangkau oleh produk. Sedangkan sistem pembayaran dilakukan secara konsinyasi, dimana pembayaran dilakukan setelah barang yang dititipkan terjual.

### c. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran dalam penelitian ini merupakan lingkungan yang melakukan proses pemasaran yaitu sebagai perantara produk sampai kepada konsumen. lingkungan eksternal dalam fungsi pemasaran dalam penelitian ini yaitu minimarket dan bofet tempat memasarkan produk di kota Padang. Dimana lingkungan yang terlibat dalam fungsi pemasaran adalah minimarket yang dijadikan tempat pemasaran produk minuman instan jahe merah. Dimana pemilihan minimarket berdasarkan informasi dari pemilik usaha minuman instan jahe merah berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Usia pemasaran produk lebih dari satu tahun
- b. Pemasokan barang dilakukan per periode
- c. Minimal memiliki dua produk jahe yang berbeda
- d. Lokasi yang strategis
- e. Memiliki pelanggan yang banyak

Berdasarkan kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini maka, tempat pemasaran yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 13. *Stakeholder* dalam fungsi pemasaran minuman instan

No	Tempat Pemasaran	Alamat	Produk Minuman jahe merah
1	Citra Swalayan	Jln. Andalas – Padang	Zyerfan dan Adil
2	Rili Swalayan	Jln. Andalas – Padang	Zyerfan dan Adil
3	Apotik Media Medika	Jln. Pasar Baru – Padang	Zyerfan dan Adil
4	Bofet Nasi Goreng Sambal Terasi	Jln. DR. M Hatta – Pasar Ambacang	Adil dan CIE Production

Tempat pemasaran yang menjadi sampel dalam pengembangan minuman instan jahe merah bahwa minimarket Citra Swalayan telah dipasok produk minuman instan dari usaha Adil sejak tahun 2006 dan usaha Refan tahun 2008. Penjualan di minimarket tersebut bersifat fluktuatif yaitu mengalami turun naik dalam laju penjualan sedangkan harga penjualan mengambil margin 10-20 % dari harga modal (Tabel 14).

Tabel 14. Penjualan Produk Minuman Instan jahe merah Pada Citra Swalayan

No	Nama Produk	Tahun		Harga Beli (Rp)		Harga Jual (Rp)	
		2010	2011	2010	2011	2010	2011
1	Jahe Merah Adil	240	245	13,000	13,000	15,000	15,000
2	Jahe Merah "Zyerfan"	120	120	13,500	13,000	15,000	15,000

Sumber: Citra Swalayan, 2012

Penjualan produk minuman instan jahe merah pada minimarket Rili Swalayan memiliki harga penjualan yang lebih mahal dibandingkan dengan Citra Swalayan. Minimarket Rili Swalayan di Pasok oleh dua Produsen yaitu Perusahaan Adil dan Refan. Dimana Rili Swalayan mulai dipasok oleh kedua perusahaan tersebut sejak tahun 2010. Pemasokan oleh perusahaan Adil dilakukan setiap bulan sedangkan perusahaan Refan dilakukan tiga bulan sekali dan sistem penjualannya dilakukan secara konsinyasi yaitu produk dibayar setelah produk terjual (Tabel 15).

Tabel 15. Penjualan Produk Minuman Instan jahe merah Pada Rili Swalayan

No	Nama Produk	Tahun		Harga Beli (Rp)		Harga Jual (Rp)	
		2010	2011	2010	2011	2010	2011
1	Jahe Merah Adil	240	240	13,000	13,000	16,000	16,500
2	Jahe Merah "Zyerfan"	120	120	13,500	13,000	17,000	16,500

Sumber: Rili Swalayan, 2012

Pada Apotik Media Medika yang ada di Pasar Baru yang dijadikan sampel, dimana pemasok produk minuma instan jahe merah adalah perusahaan Adil dan

Refan. Perusahaan ini memasok sejak tahun 2010 dimana rata-rata 10 kotak/bulan, namun permintaan cenderung tetap. Sedangkan harga jual produk di Apotik Media Medika lebih mahal yaitu Rp 17,000/Kotak yaitu memperoleh keuntungan Rp 3,500 – Rp 4,000/Kotak. Sedangkan sistem pembayaran dilakukan secara konsinyasi (Tabel 16)

Tabel 16. Penjualan Produk Minuman Instan jahe merah Pada Apotik Media Medika Pasar Baru

No	Nama Produk	Tahun		Harga Beli (Rp)		Harga Jual (Rp)	
		2010	2011	2010	2011	2010	2011
1	Jahe Merah Adil	120	120	13,000	13,000	17,000	17,000
2	Jahe Merah "Zyerfan"	90	90	13,500	13,000	17,000	17,000

Sumber: Apotik Media Medika Pasar Baru, 2012

Tempat pemasaran yang dijadikan sampel keempat yaitu Bofet Nasi Goreng Sambal Terasi yang berada di Pasar Ambacang. Dimana pemilihan lokasi ini dikarenakan pada bofet ini terdapat dua produk yang dipasarkan yaitu produk usaha Adil dan CIE *Production*. Pemasaran produk ini dibuat langsung menjadi minuman sehingga harga jual lebih tinggi dibandingkan tempat pemasaran lain. Namun penjualan produknya tidak signifikan dibandingkan tempat pemasaran lain dan sistem pembayaran dilakukan secara tunai (Tabel 17).

Tabel 17. Penjualan Produk Minuman Instan jahe merah Pada Bofet Nasi Goreng Sambal Terasi

No	Nama Produk	Tahun		Harga Beli (Rp)		Harga Jual (Rp)	
		2010	2011	2010	2011	2010	2011
1	Jahe Merah Adil	60	40	13,000	13,000	18,000	18,000
2	Jahe Instan (Sorbat-Bandrek)	540	540	1,200	1,200	3,000	3,000

Sumber: Nasi Goreng Sambal Terasi, 2012

Harga jual pada tempat memasarkan mengambil keuntungan per produk yaitu 10 - 30 % dari harga modal. Hal ini diperoleh dengan alasan ketika terjadi kenaikan harga bahan baku yang tidak signifikan maka harga tidak akan mengalami perubahan yang signifikan. Selain itu penentuan harga jual dilihat dari proses penjualannya yaitu yang langsung dijadikan minuman maka harga jual akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dari ke empat sampel sebagai tempat pemasaran produk minuman instan jahe merah di Kota Padang bahwa sistem

pembayaran yang dilakukan secara konsinyasi dan tunai. Dimana pembayaran secara konsinyasi cukup memberatkan bagi produsen, dikarenakan produsen harus memiliki modal besar untuk mengembangkan usahanya. Sedangkan pemasokan dilakukan per periode secara tetap.

**d. Fungsi Penunjang**

Lingkungan strategis dalam Fungsi penunjang merupakan lingkungan yang terkait dan terlibat berupa penunjang dalam hal perkembangan produk minuman instan jahe merah. Lingkungan yang terlibat dalam fungsi penunjang yaitu lembaga keuangan yang ikut serta dalam memberikan bantuan permodalan dalam memperluas usaha yaitu lembaga keuangan seperti Bank, Koperasi, BPR, dan LKMA. Namun yang dijadikan sampel dari penelitian ini adalah Koperasi Simpan Pinjam yang berada di sekitar daerah produksi usaha, dikarenakan koperasi lebih banyak dimanfaatkan oleh petani, pemasok, dan pengusaha dalam hal penambahan permodalan dalam usaha tersebut.

Koperasi yang terlibat dalam proses pengembangan ini adalah koperasi simpan pinjam Pedagang Pasar yang terletak di Pasar Raya Padang, yang mewakili lokasi dalam proses pemasaran proses bahan baku jahe di kota Padang. Dimana koperasi ini berdiri pada tanggal 22 Mei 2007. Koperasi ini hanya memiliki usaha simpan pinjam untuk anggota yang tergabung dalam koperasi simpan pinjam pedagang pasar.

Koperasi simpan pinjam pedagang pasar memiliki masa kepengurusan dua tahun. Sedangkan pimpinan koperasi simpan pinjam pedagang pasar saat ini yaitu Indra Kasman, SE. Koperasi simpan pinjam ini telah terdaftar pada dinas koperasi dan UMKM kota Padang dan berbadan Hukum Nomor 08/BH/2007. Struktur organisasi koperasi simpan pinjam pada periode 2011/2013 (Lampiran 19).

Koperasi simpan pinjam pedagang pasar telah memiliki anggota 213 orang. Koperasi ini memiliki simpanan pokok Rp 60,000.-/Orang dan simpanan Wajib sebesar Rp 30,000.-/Orang setiap bulannya. Koperasi ini memiliki batas peminjaman maksimum yaitu 10 juta rupiah dengan tingkat suku bunga pinjaman tetap yaitu 2%. Koperasi ini telah melakukan usaha simpan pinjam pada tiga tahun terakhir yaitu tahun 2009, 2010, dan 2011 (Tabel 18).

Tabel 18. Data Peminjaman Dana Usaha Koperasi Simpan Pinjam Pedagang Pasar Raya tahun 2009, 2010, dan 2011

No	Tahun	Total Peminjaman (Rp 000)	Status	
			Pembayaran (Rp 000)	Sisa (Rp 000)
1	2009	216,300	120,250,	96,050,
2	2010	226,162,5	122,687,5	103,475,
3	2011	231,741,	231,741,	115,131,

Sumber: Koperasi Simpan Pinjam Pedagang Pasar Raya, 2012

Koperasi Simpan Pinjam Pedagang Pasar Raya ini melayani semua yang menjadi aktif koperasi. Sebagai pelaku industri Usaha Adil dan CIE melakukan peminjaman ke koperasi sebagai permodalan awal hal ini dilakukan untuk menambah permodalan. Peminjaman dilakukan melalui pemasok yang ada di pasar raya. Hal ini dikarenakan pemasok tergabung ke dalam anggota Koperasi Simpan Pinjam Pedagang Pasar Raya.

Peminjaman yang dilakukan oleh usaha Adil selama berproduksi dilakukan dua kali yaitu pada tahun 2010 dan 2011 dimana besarnya pinjaman sebesar Rp 3,000,000.- (tiga juta rupiah) dan 5,000,000.- (lima juta rupiah) dimana dilakukan angsuran selama 12 bulan dengan angsuran Rp 267,500.-/bulan dan Rp 446,000/bulan. Peminjaman ini dilakukan melalui pemasok yang merupakan pedagang pasar raya yaitu usaha Zul BH.

Peminjaman yang dilakukan oleh CIE dilakukan hanya sekali yaitu pada tahun 2010 yaitu sebesar Rp 3,000,000.- (tiga juta rupiah) melalui ibu Kusuk yang merupakan pedagang jahe di pasar raya, peminjaman tersebut dilakukan untuk menambah modal produksi jahe dengan angsuran Rp 267,500.-/Bulan.

#### **4.3 Perumusan strategi pengembangan minuman instan jahe merah oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben) Kota Padang**

Perumusan strategi untuk pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang oleh disperindagtamben, maka dapat diidentifikasi faktor internal dan eksternal instansi yaitu sebagai berikut:

##### **4.3.1 Faktor internal**

Faktor internal dalam pengembangan minuman instan jahe merah meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh dinas perindustrian perdagangan,

pertambangan dan energi (disperindagtamben) bidang perindustrian dalam mengembangkan minuman instan jahe merah di kota Padang adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Beberapa keunggulan yang menjadi kekuatan dalam dinas adalah sebagai berikut:

1. Struktur organisasi yang jelas
2. Memiliki anggaran dana dari pemerintah
3. Program kerja yang terencana
4. Sumber daya manusia yang dimiliki berpendidikan tinggi
5. Lokasi pusat pelayanan strategis

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Beberapa faktor yang menjadi kelemahan pada dinas dalam pengembangan minuman instan jahe merah di kota Padang adalah sebagai berikut :

1. Program kerja yang dilakukan oleh dinas bersifat umum
2. Sumber daya manusia yang dimiliki ditempatkan pada sektor-sektor utama program pemerintah
3. Program pengembangan industri sekedar pendampingan dan bersifat *Top down*
4. Fasilitas yang diberikan kepada UKM tidak menyeluruh
5. Program pemerintah bersifat sementara
6. Kurangnya promosi pemerintah terhadap produk
7. Tidak ada kontrol dalam pemasaran produk
8. Tidak mampu mengontrol persediaan bahan baku

#### 4.3.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam pengembangan minuman instan jahe merah meliputi peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Disperidagtamben dalam mengembangkan minuman instan jahe merah di Kota Padang. Peluang dan ancaman yang dimiliki oleh dinas dari faktor eksternal dikelompokkan menjadi empat fungsi yaitu:

a. Fungsi Produksi

Peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Disperindagtamben kota Padang melalui fungsi produksi adalah sebagai berikut :

➤ Peluang (*Opportunities*)

Pengalaman berusahatani petani cukup lama.

➤ Ancaman (*Threath*)

Pengalaman kegagalan sosialisasi budidaya jahe yang dilakukan oleh dinas pertanian di kota Padang dan tidak masuk dalam program utama pemerintah.

b. Fungsi Operasional

Peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Disperindagtamben kota Padang melalui fungsi operasional adalah sebagai berikut :

➤ Peluang (*Opportunities*)

Usaha ini telah lama berdiri dan perizinan usaha telah ada dan terdaftar di dinas

➤ Ancaman (*Threath*)

Daerah produksi merupakan daerah rawan bencana alam dan pesaing produk minuman jahe merah dari luar kota Padang.

c. Fungsi Pemasaran

Peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi kota Padang melalui fungsi pemasaran adalah sebagai berikut :

➤ Peluang (*Opportunities*)

Peluang dari fungsi pemasaran yaitu perizinan usaha telah terdaftar di dinas dan pasar produk yang cenderung meningkat berdasarkan permintaan serta sebagai daerah tujuan wisata.

➤ Ancaman (*Threath*)

Ancaman dari fungsi pemasaran yaitu di daerah pemasaran merupakan daerah rawan bencana alam

#### d. Fungsi Penunjang

Peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi kota Padang melalui fungsi penunjang adalah sebagai berikut :

➤ *Peluang (Opportunities)*

Berdasarkan penelitian yang menjadi peluang dari fungsi penunjang yaitu usaha tersebut telah lama berdiri dan perizinan usaha telah ada dan terdaftar dalam dinas

➤ *Ancaman (Threats)*

Berdasarkan penelitian yang menjadi ancaman dari fungsi penunjang yaitu lokasi koperasi berada di daerah rawan bencana alam

Secara umum dari faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan minuman instan jahe merah oleh Disperindagtamben Kota Padang adalah sebagai berikut :

➤ *Peluang (opportunities)*

1. Usaha Minuman Jahe telah lama berdiri
2. Perizinan usaha telah ada dan terdaftar dalam dinas
3. Produksi usaha yang cenderung meningkat
4. Pasar produk yang terus meluas
5. Daerah pemasaran sebagai tempat wisata

➤ *Ancaman (threats)*

1. Tidak masuk dalam program utama
2. Pengalaman kegagalan sosialisasi budidaya jahe
3. Daerah rawan bencana alam
4. Pesaing di luar kota Padang

#### 4.3.3 Alternatif Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe merah di Kota Padang

Identifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang melalui metrik SWOT (Tabel 19) maka dapat dirumuskan alternatif strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang adalah sebagai berikut:

a. Strategi SO

Strategi ini menggunakan atau mengoptimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strateginya yaitu :

1. Pembukaan sarana promosi produksi UKM. Hal ini dilihat dari kekuatan lembaga yaitu memiliki struktur organisasi yang jelas (S1) dan memiliki anggaran dana dari pemerintah (S2) yang memanfaatkan peluang yang ada yaitu produk usaha yang cenderung meningkat (O3) dan daerah pemasaran sebagai tempat wisata (O5).
2. Pemberian bantuan penguatan modal. Hal ini dilihat dari kekuatan yang dimiliki (S2) oleh disperindagtamben dengan peluang yang dimiliki yaitu lembaga telah berdiri cukup lama (O1) dan telah memiliki perizinan serta terdaftar di dinas (O2)
3. Membantu menerapkan jaringan pemasaran yang lebih tertata melalui sistem informasi. Hal ini diperoleh melalui kekuatan yang dimiliki oleh lembaga dengan adanya anggaran dana dari pemerintah (S2) untuk memanfaatkan peluang berupa pasar produk yang terus meluas (O4).
4. Memberikan rekomendasi untuk penguatan modal melalui lembaga keuangan. Strategi ini diperoleh dari pemanfaatan program kerja yang terencana (S3) untuk memperoleh peluang yaitu usaha minuman jahe yang telah lama berdiri (O1), perizinan usaha telah ada dan terdaftar di dinas (O2), serta produk usaha yang cenderung meningkat (O3).
5. Sosialisasi peningkatan produksi. Hal ini dilihat dari kekuatan yang dimiliki yaitu program kerja yang terencana (S3) untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu pasar produk yang terus meluas (O4).
6. Promosi produk pada *event-event* tahunan. Hal ini dilihat dari kekuatan yang dimiliki yaitu program kerja yang terencana (S3) untuk memanfaatkan peluang sebagai daerah tempat wisata (O5)
7. Mengadakan pelatihan sumber daya manusia untuk manajemen tenaga kerja. Hal ini mengingat akan kekuatan yang dimiliki oleh dinas yaitu sumberdaya manusia yang dimiliki berpendidikan tinggi (S4) sehingga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki usaha untuk berkembang karena usaha telah lama berdiri (O1), perizinan usaha telah ada dan

terdaftar di dinas (O2), serta produk usaha yang cenderung meningkat (O3).

8. Memberikan pelatihan dan fasilitas penentuan limit produksi. Hal ini dilihat dari kekuatan yang dimiliki berupa sumberdaya manusia yang dimiliki berpendidikan tinggi (S4) yang memanfaatkan pasar produk yang terus meluas (O4).
9. Pembuatan makanan khas daerah. Hal ini dilihat dari sumber daya manusia yang dimiliki berpendidikan tinggi (S4) yang dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki yaitu daerah pemasaran merupakan daerah tempat wisata (O5)
10. Mempermudah masyarakat mengurus HaKi (Hak Kekayaan Intelektual). Pengurusan HaKI berupa hak paten untuk produk industri yang meliputi desain produk dan jenis produk sehingga mampu melindungi produk dari *plagiat*. Hal ini dilihat dari kekuatan yang dimiliki yaitu lokasi pelayanan yang strategis (S5) memanfaatkan peluang dari pasar produk yang terus meluas (O4)

#### b. Strategi WO

Strategi ini memperbaiki atau mengatasi kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strateginya yaitu :

1. Mengadakan pelatihan manajemen tenaga kerja. Hal ini diperoleh untuk mengurangi kelemahan berupa program kerja yang dilakukan oleh dinas bersifat umum (W1) untuk memanfaatkan peluang berupa produk usaha yang cenderung meningkat (O3)
2. Melakukan program pendampingan pada UKM. Hal ini melihat untuk mengatasi kelemahan berupa penempatan sumber daya manusia pada sektor-sektor utama (W2) untuk melihat peluang yaitu usaha minuman instan jahe telah lama berdiri (O1)
3. Mengadakan sosialisasi manfaat perizinan bagi industri. Hal ini melihat kelemahan yang dimiliki dinas bahwasannya program pengembangan industri sekedar pendampingan dan bersifat *top down* (W3) yang dapat diatasi dengan perizinan yang telah dimiliki oleh perusahaan (O2)

sehingga dengan hal ini perusahaan dapat memaksimalkan manfaat perizinan yang dimilikinya.

4. Pembuatan daftar bantuan untuk UKM. Hal ini dilihat dari kelemahan yang dimiliki yaitu fasilitas yang diberikan kepada UKM tidak menyeluruh (W4) untuk memanfaatkan peluang berupa perizinan usaha telah ada dan terdaftar di dinas (O2)
5. Sosialisasi manfaat produk jahe merah. Hal ini dilihat dari peluang yang dimiliki yaitu pasar produk yang makin meluas dengan mengatasi kelemahan program pemerintah yang bersifat sementara (W5)
6. Pembuatan *Event* tahunan untuk pameran produk-produk UKM. Hal ini untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki yaitu kurangnya promosi pemerintah terhadap produk (W6) untuk memanfaatkan peluang sebagai daerah tujuan wisata (O5) sehingga mampu menarik wisatawan
7. Pembuatan pelatihan manajemen produksi. Hal ini dilihat dari kelemahan yang dimiliki berupa tidak ada kontrol dalam pemasaran produk (W7) dan tidak mampu mengontrol persediaan bahan baku (W8) untuk memanfaatkan peluang yaitu produk usaha yang cenderung meningkat (O3) dan melihat pasar produk yang terus meluas (O4) sehingga mampu mengontrol antara produksi dan persediaan bahan baku

#### c. Strategi ST

Strategi ini menggunakan atau mengoptimalkan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strateginya yaitu :

1. Membuat media informasi mengenai perkembangan dunia usaha dan permodalan. Hal ini melihat dari kekuatan yang dimiliki berupa struktur yang jelas (S1), memiliki anggaran dana dari pemerintah (S2) dan memiliki lokasi pusat pelayanan strategis (S5) yang untuk menghindari ancaman berupa tidak masuk dalam program utama (T1)
2. Program pengolahan diversifikasi produk jahe. Hal ini dilihat dari faktor yang dimiliki berupa anggaran dana yang dimiliki dari pemerintah (S2) untuk mengatasi pengalaman kegagalan dalam sosialisasi jahe pada masyarakat (T2)

3. Sosialisasi tentang perkembangan akan kebutuhan produk olahan. Hal ini dilihat dari kekuatan yang dimiliki oleh dinas yaitu memiliki program kera yang terencana (S3) untuk mengatasi ancaman yang dimiliki yaitu pengalaman pengusaha mengenai sosialisasi budidaya jahe pada tahun sebelumnya (T2)
4. Pusat informasi tentang bencana alam. Hal ini melihat tempat atau lokasi pelayanan yang strategis (S5) sebagai media informasi untuk mengatasi ancaman berupa daerah rawan bencana alam (T3)
5. Mengadakan riset pasar terhadap produk minuman instan jahe merah. Hal ini melihat dari memiliki anggaran dana dari pemerintah (S2) dan sumber daya manusia yang dimiliki berpendidikan tinggi (S4) untuk menghadapi ancaman dari pesaing dari luar kota Padang (T4)

d. Strategi WT

Strategi ini bertujuan untuk mengurangi atau meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Strateginya yaitu:

1. Sosialisasi manfaat produk jahe. Hal ini dilihat dari kelemahan yang dimiliki oleh dinas berupa program kerja yang dilakukan oleh dinas bersifat umum (W1) dan penempatan sumber daya manusia pada sektor-sektor utama (W2) untuk mengatasi ancaman berupa pengalaman kegagalan sosialisasi budidaya jahe (T2)
2. Sosialisasi Penentuan daerah pemasaran. Hal ini dilihat dari kelemahan yang dimiliki berupa program yang dilakukan oleh dinas bersifat umum (W1) untuk mengatasi daerah rawan bencana alam (T3)
3. Membuat grafik perkembangan UKM. Hal ini dilihat dari program pengembangan industri sekedar pendampingan dan bersifat *Top Down* (W3), fasilitas yang diberikan kepada UKM tidak menyeluruh (W4), Program pemerintah yang bersifat sementara (W5) dan kurangnya promosi pemerintah terhadap produk (W6) untuk mengatasi ancaman berupa tidak masuknya UKM ini dalam program utama dinas (T1)
4. Sosialisasi akan kebutuhan Jahe. Hal ini dilihat dari ketidakmampuan dinas dalam memngontrol pemasaran produk (W7) dan ketidakmampuan dinas dalam mengontrol persediaan bahan baku (W8)

untuk mengatasi pengalaman berupa kegagalan dalam sosialisasi budidaya jahe pada tahun sebelumnya (T2)

Tabel 19. Matriks SWOT untuk Rumusan Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah di Kota Padang Oleh Disperindagtamben Kota Padang

<p><b>INTERNAL</b></p> <p><b>EKSTERNAL</b></p>	<p><b>KEKUATAN (STRENGTHS – S)</b></p>	<p><b>KELEMAHAN (WEAKNESSES – W)</b></p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur organisasi yang jelas</li> <li>2. Memiliki anggaran dana dari pemerintah</li> <li>3. Program kerja yang terencana</li> <li>4. Sumber daya manusia yang dimiliki berpendidikan tinggi</li> <li>5. Lokasi pusat pelayanan strategis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program kerja yang dilakukan oleh dinas bersifat umum</li> <li>2. Penempatan sumber daya manusia pada sektor - sektor utama</li> <li>3. Program pengembangan industri sekedar pendampingan dan bersifat <i>Top down</i></li> <li>4. Fasilitas yang diberikan kepada UKM tidak menyeluruh</li> <li>5. Program pemerintah bersifat sementara</li> <li>6. Kurangnya promosi pemerintah terhadap produk</li> <li>7. Tidak ada kontrol dalam pemasaran produk</li> <li>8. Tidak mampu mengontrol persediaan bahan baku</li> </ol>
<p><b>PELUANG (OPPORTUNITIES – O)</b></p>	<p><b>Strengths – Opportunities (SO)</b></p>	<p><b>Weaknesses – Opportunities (WO)</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha minuman jahe telah lama berdiri</li> <li>2. Perizinan usaha telah ada dan terdaftar di dinas</li> <li>3. Produk usaha yang cenderung meningkat</li> <li>4. Pasar produk yang terus meluas</li> <li>5. Daerah pemasaran sebagai tempat wisata</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembukaan sarana promosi produk UKM (S1,2;O3,5)</li> <li>2. Pemberian bantuan penguatan modal (S2;O1,2)</li> <li>3. Membantu menerapkan jaringan pemasaran yang lebih tertata melalui sistem informasi (S2;O4)</li> <li>4. Memberikan rekomendasi untuk penguatan modal melalui lembaga keuangan (S3;O1,2,3)</li> <li>5. Sosialisasi peningkatan produksi (S3;O4)</li> <li>6. Promosi produk pada <i>event-event</i> tahunan (S3,O5)</li> <li>7. Mengadakan pelatihan SDM untuk manajemen tenaga kerja (S4;O1,2,3)</li> <li>8. Memberikan pelatihan dan fasilitas penentuan limit produksi (S4;O4)</li> <li>9. Pembuatan makanan khas daerah (S4;O5)</li> <li>10. Mempermudah masyarakat mengurus Haki (Hak Kekayaan Intelektual) (S5;O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan pelatihan manajemen tenaga kerja (W1;O3)</li> <li>2. Melakukan program pendampingan pada UKM (W2;O1)</li> <li>3. Mengadakan sosialisasi manfaat perizinan bagi Industri (W3;O2)</li> <li>4. Pembuatan daftar bantuan untuk UKM (W4;O2)</li> <li>5. Sosialisasi manfaat produk minuman jahe merah (W5;O4)</li> <li>6. Pembuatan <i>event</i> tahunan untuk pameran produk-produk UKM (W6;O5)</li> <li>7. Pembuatan pelatihan manajemen produksi (W7,8;O3,4)</li> </ol>
<p><b>ANCAMAN (THREATS – T)</b></p>	<p><b>Strengths – Threats (ST)</b></p>	<p><b>Weaknesses – Threats (WT)</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak masuk dalam program utama</li> <li>2. Pengalaman kegagalan sosialisasi budidaya jahe</li> <li>3. Daerah rawan bencana alam</li> <li>4. Pesaing di luar kota Padang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat media informasi mengenai perkembangan dunia usaha dan permodalan (S1,2,5;T1)</li> <li>2. Program pengolahan diversifikasi produk jahe (S2;T2)</li> <li>3. Sosialisasi tentang perkembangan kebutuhan produk olahan Jahe (S3,4;T2)</li> <li>4. Pusat informasi tentang bencana alam (S5;T3)</li> <li>5. Mengadakan riset pasar terhadap produk minuman instan jahe merah (S2,4;T4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosialisasi manfaat produk jahe (W1,2;T2)</li> <li>2. Sosialisasi penentuan daerah pemasaran (W1;T3)</li> <li>3. Membuat grafik perkembangan UKM (W3,4,5,6; T1)</li> <li>4. Sosialisasi kebutuhan jahe (W7,8;T2)</li> </ol>

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Lingkungan strategis dalam pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang terbagi menjadi dua yaitu lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal ialah Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang Bidang Perindustrian sedangkan lingkungan eksternal meliputi fungsi produksi, operasional, pemasaran dan penunjang. Lingkungan internal memiliki kekuatan berupa struktur organisasi yang jelas, memiliki anggaran dana dari pemerintah, program kerja yang terencana, sumberdaya manusia berpendidikan tinggi dan lokasi yang strategis serta memiliki kelemahan berupa program kerja bersifat umum, alokasi sumberdaya manusia yang kurang strategis, program berupa pendampingan dan bersifat *Top down*, fasilitas kurang merata, kurangnya promosi pemerintah terhadap produk, tidak ada kontrol dalam pemasaran produk, dan persediaan bahan baku.  
Lingkungan eksternal meliputi petani jahe merah di Kota Padang yang mempunyai pengalaman berusahatani petani telah cukup lama dan kegagalan dalam sosialisasi budidaya jahe, industri pengolah minuman instan jahe merah yang telah lama berdiri, terdaftar di dinas, dan adanya pesaing, tempat pemasaran minuman instan jahe yang memiliki perizinan, pasar produk yang cenderung meningkat dan sebagai daerah tujuan wisata, serta lembaga keuangan yaitu Koperasi Simpan Pinjam Pedagang Pasar Raya yang telah lama berdiri dan memiliki perizinan usaha namun terletak di daerah rawan bencana alam
2. Strategi pengembangan minuman instan jahe merah di Kota Padang oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben) kota Padang berupa pemberian bantuan dan rekomendasi penguatan modal, pembuatan pelatihan manajemen produksi, dan melakukan program pendampingan pada UKM.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Disperindagtamben kota Padang bahwasannya perkembangan usaha minuman instan jahe merah perlu diperhatikan karena memiliki prospek perkembangan yang bagus dengan persediaan baku dari petani yang berpengalaman, daerah pemasaran tetap dan industri yang telah lama berdiri. Sehingga hal ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar sebagai pengurangan angka pengangguran dan memperhatikan manfaat kesehatan dari industri jahe.
2. Bagi Disperindagtamben kota Padang dapat memanfaatkan strategi yang telah dirumuskan, sehingga mempermudah dalam mencapai visi dari dinas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad. 2009. *Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk di Kota Padang* [Skripsi]. Padang. Fakultas Pertanian Universitas Andalas
- Amelia, Betti Dwita. 2012. *Strategi Pengembangan Bisnis Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) Pada Syaza Mushroom Farm Di Kelurahan Payolansek Kota Payakumbuh* [Skripsi]. Fakultas Pertanian Universitas Andalas
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2008. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor menurut kelompok komoditi dan Negara*. Jakarta
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2008. *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor 2007 Jilid I*. Jakarta
- Habib, Syaiful. 2008. *Strategi Pengembangan Minuman Instan Jahe Merah (Zingiber officinale Linn. Var.rubrum) pada CV. Hanabio Bogor* [Skripsi]. Bogor. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2009. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor menurut kelompok komoditi dan Negara*. Jakarta
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2009. *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor 2008 Jilid I*. Jakarta
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2010. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor menurut kelompok komoditi dan Negara*. Jakarta
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2010. *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor 2009 Jilid I*. Jakarta
- Balai Pusat Statistik (BPS). 2011. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor menurut kelompok komoditi dan Negara*. Jakarta
- David, Fred R. 2006. *Strategic Management Manajemen Strategis :konsep edisi 10*. Jakarta. Karya Salemba Empat
- Dinas Perindustrian, perdagangan, dan koperasi. 2011. *Rencana Strategis 2011 – 2015*. Bantul  
[<http://perindagkop.bantulkab.go.id/documents/20111221115301-renstra-disperindagkop-2011-2015.pdf>]. 27 Juni 2012.

- Downey, W David and Steven P Erickson.1987. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Erlangga
- Gaspersz, Vincent.2004.*Perencanaan Strategik Untuk Peningkatan Kinerja Sektor Publik Suatu Petunjuk Praktek*.Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Hariance, Rika. 2011. *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta di Kabupaten Solok* [Tesis]. Padang. Program Pascasarjana Universitas Andalas
- Lapenkop. 2004. *Lebih Mengenal Koperasi*. Lapenkop Nasional. Bandung
- Maulidah, Silvana. 2012. *Sistem Agribisnis*.Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.  
[\[http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CEQQFjAD&url=http%3A%2F%2Ffriyanti.lecture.ub.ac.id%2Ffiles%2F2013%2F02%2FMA\\_1\\_Sistem-Agribisnis.docx&ei=TSI8U6yJNoLtrAes4YCgDA&usg=AFQjCNFS5G36vCHKrUK4QFkZ2AgGIAeZHQ&bvm=bv.67229260,d.bmk\]](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CEQQFjAD&url=http%3A%2F%2Ffriyanti.lecture.ub.ac.id%2Ffiles%2F2013%2F02%2FMA_1_Sistem-Agribisnis.docx&ei=TSI8U6yJNoLtrAes4YCgDA&usg=AFQjCNFS5G36vCHKrUK4QFkZ2AgGIAeZHQ&bvm=bv.67229260,d.bmk). 21 Mei 2014
- Negara. 2011. *Perancangan Promosi Minuman Jahe Merah Mix Amanah*. Bogor [[http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/529/jbptunikompp-gdl-adhijayane-26440-4-unikom\\_a-i.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/529/jbptunikompp-gdl-adhijayane-26440-4-unikom_a-i.pdf)]. 23 Mei 2012
- Paramitasari, Dyah R. 2011. *Panduan Praktis, lengkap, dan menguntungkan budi daya rimpang jahe, kunyit, kencur, temulawak*. Yogyakarta. Cahaya Atma
- Presiden Republik Indonesia. 1984. *Undang-Undang No 5 Tahun 1984 tentang perindustrian*. Jakarta.  
[\[http://bplhd.jakarta.go.id/peraturan/uu/UU%20RI%20NO%2005%20TAHUN%201984.pdf\]](http://bplhd.jakarta.go.id/peraturan/uu/UU%20RI%20NO%2005%20TAHUN%201984.pdf). 23 Mei 2012.
- Putri, Fanny Septa Aditya. 2008. *Formulasi Strategi Pemasaran Obat Tradisional Pada Taman Syifa di Kota Bogor Jawa Barat*. Institut Pertanian Bogor. Bogor  
[\[http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/1893/A08fsap.pdf?sequence=4\]](http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/1893/A08fsap.pdf?sequence=4). 23 Mei 2012.

- Rangkuti, Freddy. 1999. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rusviani, Vivi. 2007. *Reformulasi Produk Minuman Tradisional Berbasis Jahe (*Zingiber officinale* Rosc) Berdasarkan Kajian Penerimaan dan Preferensi Konsumen di Kota Bogor Terhadap Citarasa*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. Bogor. [http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/12069/F07vru.pdf?sequence=3]. 23 Mei 2012.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta
- Sukotjo dan Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ke -3, Liberty. Yogyakarta
- Yanti, Nurul Zulasma. 2008. *Strategi Pengembangan Bisnis Jahe (*Zingiber officinale* Rosch) di Indonesia*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. Bogor. [http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/44850/A08nzy.pdf?sequence=1]. 23 Mei 2012.
- Zulkarnain, 2003. *Membangun Ekonomi Rakyat*. Yogyakarta. Adicita Karya Nusa. 258 hal.

Lampiran 1. Perkembangan Ekspor Komoditi Hasil Pertanian Indonesia periode Januari – Agustus 2007 sampai dengan 2011

Jenis Barang	Berat Bersih (Ton)				
	Jan-Agt 2007	Jan-Agt 2008	Jan-Agt 2009	Jan-Agt 2010	Jan-Agt 2011
Total Pertanian	1,541,483	1,655,944	1,748,171	1,874,768	1,726,338
Karet Alam	6,225	7,097	7,482	8,478	7,678
Kopi	73,678	302,900	359,083	269,951	270,155
Kayu Bulat	46	2	262	1	
Udang Segar Beku	91,302	99,575	78,946	<sup>P</sup> 73,306	78,080
Teh	31,965	58,260	58,463	53,885	46,583
Rempah-Rempah	75,999	85,651	72,774	78,404	70,892
Lada Hitam	9,975	27,584	25,177	26,660	18,537
Lada Putih	9,070	12,410	7,949	7,847	6,443
Kayu Manis & Bunganya	26,499	19,504	15,615	18,838	20,778
Biji Pala & Bunganya dan Kapulaga	12,845	11,918	12,524	14,986	17,410
Panili	130	93	118	134	90
Lainnya	9,080	14,143	11,391	9,938	7,633
Tembakau	16,510	19,500	23,751	21,540	13,762
Biji Coklat	259,128	249,945	273,579	300,202	152,097
Ikan dan lain-lain	244,181	230,584	261,429	392,306	328,189
Ikan Tongkol/Tuna	37,776	50,494	51,022	44,466	35,445
Ubur-Ubur	3,401	5,576	3,212	5,288	4,973
Kepiting Kerang-kerangan	39,421	35,476	29,774	38,865	41,755
Bekicot	2,413	2,277	1,731	1,594	1,530
Ikan Lainnya	161,170	136,761	175,690	302,093	244,485
Biji-Bijian	71,930	53,155	78,171	96,116	165,525
Biji Bunga	50	62	43	69	71
Biji Kapas	19,679	645	416	1,068	960
Biji Lainnya	52,201	52,448	77,712	94,979	164,495
Bulu Bebek	212	46	119	232	426
Damar dan Getah Damar	32,057	24,894	29,860	29,922	23,280
Kopal dan lain-lain	20,824	19,573	19,413	17,890	18,114
Sayur-sayuran	54,267	60,874	55,533	54,837	45,697
Buah-Buahan	129,045	144,873	157,714	153,473	133,762
Kulit Kerang dan lain-lain	5,080	5,129	3,699	10,312	7,892
Tanaman Obat	7,910	5,228	6,913	6,629	8,337

Sumber; BPS Sumatera Barat 2008,2010, dan 2011

## Lampiran 2. Negara-Negara Tujuan Ekspor Tanaman Obat

No	Nama Negara	Berat Bersih (Kg)		
		Jan-Agt 2009	Jan-Agt 2010	Jan-Agt 2011
1	Japan	139,844	714,714	944,376
2	Hongkong	87,254	54,843	89,497
3	Korea, Republic of	155,104	55,183	143,584
4	Taiwan	1,807,137	1,737,555	1,963,064
5	China	529,842	1,372,654	1,432,114
6	Macau	24	2,490	12,950
7	Papua New Guinea	-	-	50
8	Singapore	1,262,416	995,070	1,466,393
9	Malaysia	283,578	166,946	196,959
10	Brunei Darussalam	-	-	21,002
11	Lao People's democratic Repu	-	500	-
12	Vietnam	121,965	63,885	86,881
13	India	405,788	410,523	300,290
14	Pakistan	12,335	14,410	85,998
15	Bangladesh	-	-	14,000
16	Saudi Arabia	640,780	359,670	805,919
17	Kuwait	2,891	1,788	11,973
18	Jordan	90	-	-
19	Lebanon	900	-	-
20	Yemen	16,220	150	-
21	Oman	-	-	20
22	United Arab Emirates	642,922	257,808	397,418
23	Qatar	618	645	290
24	Bahrain	-	1,290	-
25	Egypt	19,000	-	-
26	Libyan Arab Jamahiriya	237,170	99,560	-
27	Morocco	-	5,094	15,555
28	Tunisia	18,000	-	-
29	Sudan	200,000	110,000	169,200
30	Nigeria	-	18,000	37,700
31	Benin	111,000	-	-
32	Central African Republic	-	36,500	-
33	Mauritius	-	443	-
34	Australia	2,263	-	-
35	Samoa	-	-	2,340
36	East Timor	-	52	-
37	United States	54,666	16,721	6
38	Canada	100	-	-
39	Netherlands	3,990	-	-
40	France	13,019	8,596	8,637
41	Germany, Fed. Rep. of	132,782	60,758	102,152
42	Belgium	580	-	-
43	Switzerland	720	-	-
44	Norway	-	8	-
45	Finland	-	7,776	-
46	Italy	-	14,135	25
47	Ukraine	-	14,000	-
48	Russia Federation	9,738	27,192	29,005
<b>TOTAL</b>		<b>6,912,736</b>	<b>6,628,959</b>	<b>8,337,398</b>

Sumber: BPS Sumatera Barat 2011

Lampiran3.Negara-Negara Tujuan Ekspor Jahe (*Zingiber officinale*)Indonesia tahun 2007 – 2009

No	Negara	Net Weight (kg)		
		Tahun 2007	Tahun 2008	Tahun 2009
1	Japan	268,589	361,085	297,383
2	Hongkong	85	0	0
3	Singapore	988,231	906,118	598,836
4	Philiphines	742	60,511	1,284
5	Malaysia	1,507,120	2,185,414	530,745
6	Brunei Darussalam	0	23,375	0
7	Vietnam	73,350	0	0
8	India	0	8	0
9	Pakistan	56,180	317,850	59,400
10	Bangladesh	659,905	6,975,124	5,296,350
11	Saudi Arabia	90,966	115,179	109,928
12	United Arab Emirates	0	0	1,256
13	Kuwait	21,000	0	0
14	Qatar	0	0	339
15	Egypt	1,858	2,411	2,233
16	Australia	740	0	468
17	New Zealand	0	0	206
18	East Timor	0	0	1,120
19	United States	80,992	65,010	157,613
20	Canada	112	0	262
21	Argentina	0	0	487
22	United Kingdom	53,230	13,313	25,854
23	Netherlands	56,069	111,717	140
24	Germany	0	0	86
25	Belgium	0	0	230,400
26	Austria	76	0	0
27	Greece	2	0	0
28	Ukraine	0	0	12,013

Sumber: BPS Sumatera Barat, 2011

Lampiran 4. Jumlah Izin Usaha Industri Kecil yang terbit di Kota Padang tahun 2010

Jenis Industri	Unit Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)	Nilai Investasi (Rp)	Nilai Produksi (Rp)	Nilai Bahan Baku (Rp)
Industri Pangan	48	314	4,021,505,000	4,601,150,000	1,543,878,000
Industri Sandang & Kulit	11	69	1,030,617,648	570,240,000	364,300,000
Industri Kimia & bahan bangunan	43	181	3,777,113,000	2,756,870,000	1,787,075,000
Industri logam dan elektronika	34	165	3,274,994,000	303,135,915,000	2,272,640,000
Industri kerajinan	4	15	389,000,000	195,680,000	80,740,000
PADANG 2010	140	744	12,493,229,648	311,259,855,000	6,048,633,000
2009	126	512	8,428,880	142,663,704	20,122,222
2008	229	1,141	15,251,039	80,763,312	27,886,204
2007	240	1,351	20,039,784	24,976,874	5,684,997
2006	208	1,444	11,410,426	26,634,011	12,798,024

Sumber; Disperindagtamben Sumatera Barat, 2011

## Lampiran 5. Kriteria Industri dan Perdagangan di Sumatera Barat tahun 2007

No	Jenis Industri	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Omset Per Tahun (Rp)
1	Industri Besar	> 100	> 50 Milyar
2	Industri Menengah	20 – 99	1 – 50 Milyar
<b>3</b>	<b>Industri Kecil</b>	<b>5 – 19</b>	<b>&lt; 1 Milyar</b>
4	Industri Mikro	1 – 4	< 1 Milyar

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2007.

Lampiran 6. Nama perusahaan industri dan merk dagang yang mengelola minuman Istan Jahe Merah.

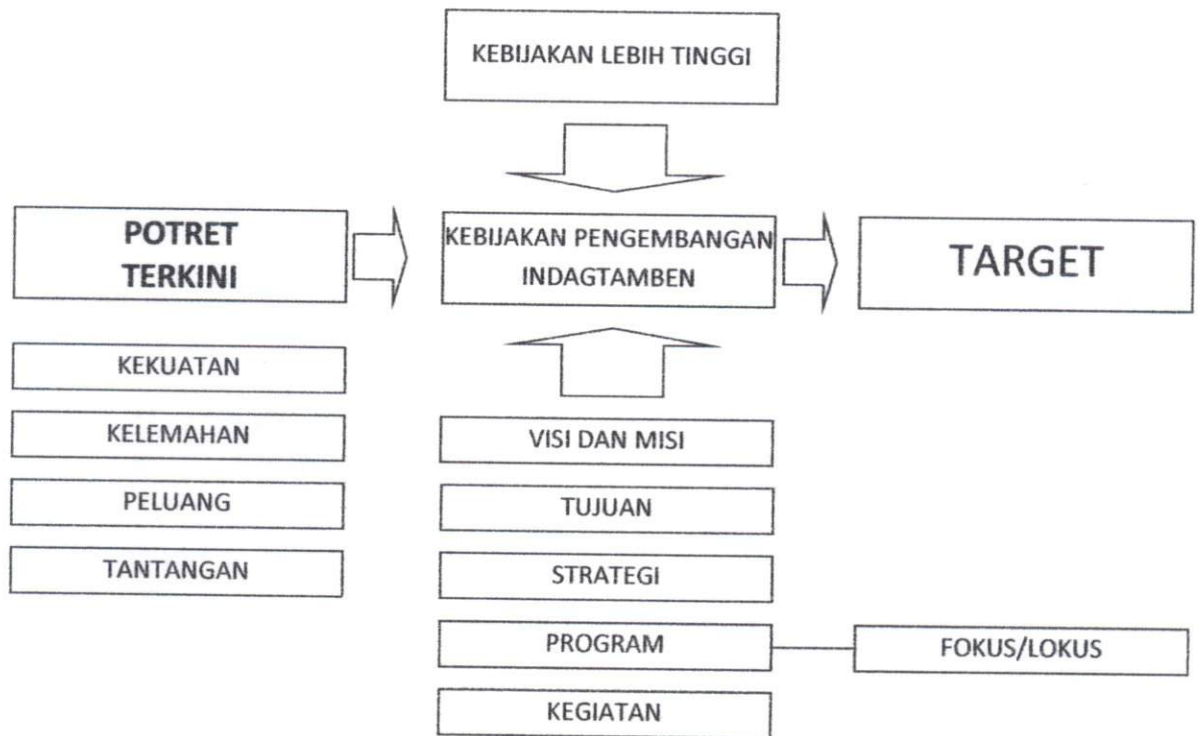
No	Merk Dagang	Nama Perusahaan	Alamat	Tahun Berdiri	Status
1	Citra Insani Explorer	Jahe Istan "Sorbit-Bandrek"	Jl. Parak Jigarang No. 36, RT/RW 05/01, Kel. Anduring, Kec. Kuranji – Padang	2005	Berproduksi
2	Jahe Merah - Rimpang Ajaib	Adil	Jl. Manggis 1, no. 95, Belimbing, Kec. Kuranji – Padang	2006	Berproduksi
3	Hanifa	Jahe Istan	Jl. Andalas 1, Gg. Sinar padi/70 RT/RW 002/007, Kel. Andalas Kec. Padang Timur – Padang	2007	Tidak Berproduksi
4	Refan	Zyerfan "Jahe Merah Istan"	Jl. Dakota No. 35, RT/RW 001/003, Kec. Koto Tangah – Padang	2008	Berproduksi
5	Bishikan Bersaudara	Serbuk Jahe	Jl. Patenggangan, Komp. Monang, Blok D No. 23, Kel. Air Tawar barat, Kec. Padang Utara – Padang	2009	Tidak Berproduksi

Sumber: Disperindagtamben, 2011.

## Lampiran 7. Petani Jahe Kota Padang

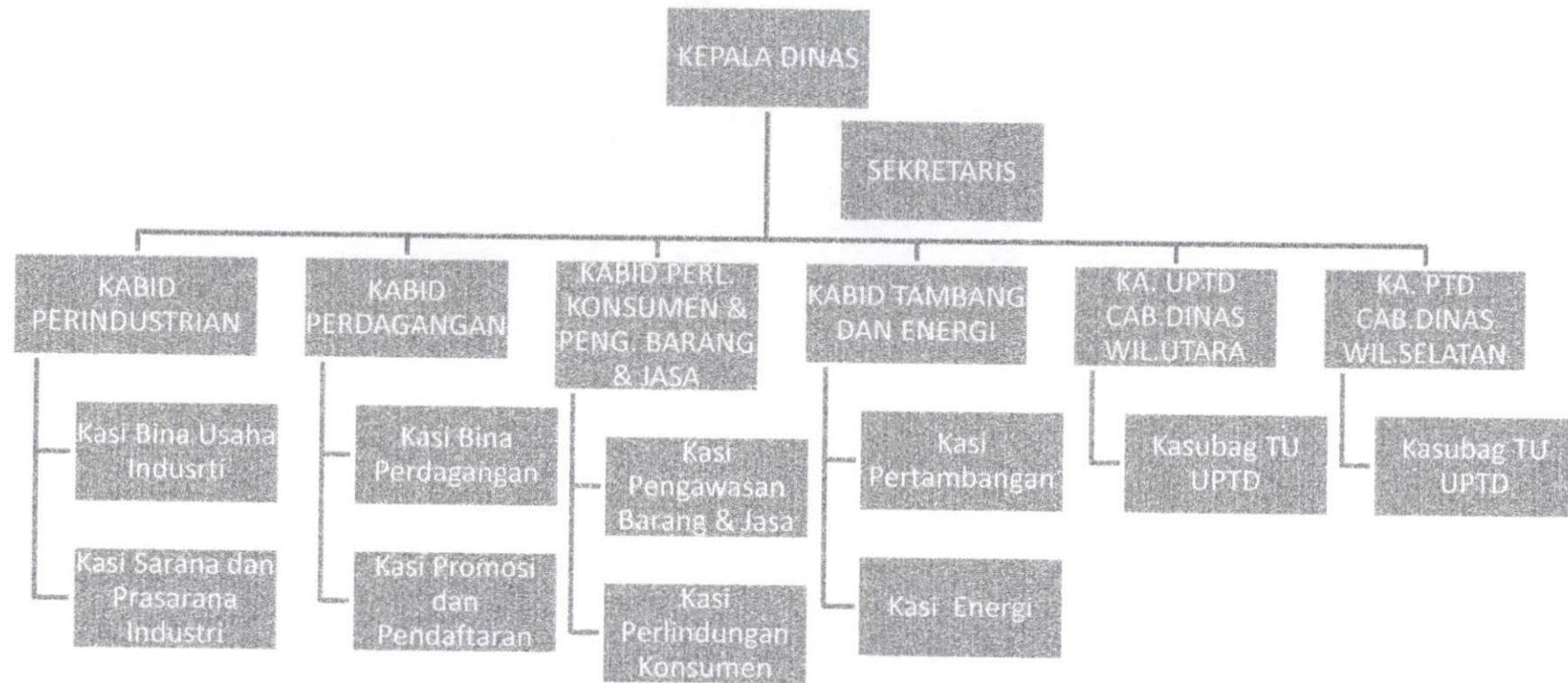
No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Luas Lahan (Hektare)
1	Sumarno	Laki-laki	60	SD	0.090
2	Hadiarno	Laki-laki	53	SMP	0.015
3	Syafri	Laki-laki	50	SMP	0.030
4	Ayang	Laki-laki	66	SD	0.080
5	Januardi	Laki-laki	45	SMP	0.040

Lampiran 8. Alur Pikir Penyusunan Kebijakan Dinas Perindustrian Perdagangan  
Pertambangan dan Energi Kota Padang



Sumber. Disperindagtamben. 2012

Lampiran 9. Struktur Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan, dan Energi Kota Padang



Lampiran 10. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang



## WALIKOTA PADANG

### PERATURAN WALIKOTA PADANG NOMOR 61 TAHUN 2012

#### TENTANG

#### PENJABARAN TUGAS POKOK DAN FUNGSI DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, PERTAMBANGAN DAN ENERGI

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA PADANG,

- Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 70 Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 16 Tahun 2008 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 14 Tahun 2012, perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota Besar Dalam Lingkungan Daerah Propinsi Sumatera Tengah (Lembaran Negara Tahun 1956 Nomor 20);
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian (Lembaran Negara Tahun 1974 Nomor 55, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3041) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 1999 (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 169, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3890);
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4437), sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 (Lembaran Negara Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4844);
4. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5234);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 1980 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Padang (Lembaran Negara Tahun 1980 Nomor 25, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3164);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 2003 tentang Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Negara Tahun 2003 Nomor 15, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4263) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 63 Tahun 2009 (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 164);

7. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4578);
8. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Propinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4737);
9. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah (Lembaran Negara Tahun 2007 Nomor 89, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4741);
10. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 57 Tahun 2007 tentang Petunjuk Teknis Penataan Organisasi Perangkat Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 56 Tahun 2010;
11. Keputusan Bersama Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Menteri Dalam Negeri Nomor 01/SKB/M.PAN/4/2003 Nomor 17 Tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2003 Tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah Dan Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 2003 Tentang Wewenang Pengangkatan, Pemindahan, Dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil;
12. Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 04 Tahun 2008 tentang Urusan Pemerintahan Kota Padang (Lembaran Daerah Tahun 2008 Nomor 04);
13. Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 16 Tahun 2008 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah (Lembaran Daerah Kota Padang Tahun 2008 Nomor 16, Tambahan Lembaran Daerah Nomor 14), sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 14 Tahun 2012 (Lembaran Daerah Kota Padang Tahun 2012 Nomor 14, Tambahan Lembaran Daerah Nomor 54).

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : **PERATURAN WALIKOTA TENTANG PENJABARAN TUGAS POKOK DAN FUNGSI DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, PERTAMBANGAN DAN ENERGI.**

**BAB I  
KETENTUAN UMUM  
Pasal 1**

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Kota Padang;
2. Walikota adalah Walikota Padang;
3. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi adalah Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi Kota Padang;
4. Kepala Dinas adalah Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi Kota Padang;
5. Sekretariat adalah Sekretariat pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi;

6. Kepala Bidang adalah Kepala Bidang pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi;
7. Kepala Sub Bagian adalah Kepala Sub Bagian pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi;
8. Kepala Seksi adalah Kepala Seksi pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi;
9. Industri, Perindustrian adalah sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian;
10. Perdagangan adalah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi;
11. Pertambangan adalah sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 1967 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pertambangan;
12. Perlindungan Konsumen adalah sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
13. Iklim Usaha adalah sebagaimana yang dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil;
14. Pembinaan dan Pengembangan adalah sebagaimana yang dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil;
15. Izin Usaha Industri adalah sebagaimana yang dimaksudkan dalam Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2004;
16. Surat Izin Usaha Perdagangan yang selanjutnya disingkat SIUP adalah sebagaimana yang dimaksudkan dalam Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 3 Tahun 2004;
17. Tanda Daftar Perusahaan yang selanjutnya disingkat TDP adalah sebagaimana yang dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
18. PPBJ adalah Petugas Pengawas Barang dan Jasa;
19. PPNS adalah Penyidik Pegawai Negeri Sipil;

**BAB II**  
**SUSUNAN ORGANISASI**  
**Pasal 2**

Susunan Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi, terdiri dari:

- a. Kepala Dinas;
- b. Sekretariat, terdiri dari :
  1. Sub Bagian Umum;
  2. Sub Bagian Keuangan;
- c. Bidang Perindustrian, terdiri dari :
  1. Seksi Bina Usaha Industri;
  2. Seksi Sarana dan Prasarana Industri.
- d. Bidang Perdagangan, terdiri dari :
  1. Seksi Bina Usaha Perdagangan;
  2. Seksi Promosi dan Pendaftaran;
- e. Bidang Pertambangan Energi, terdiri dari :
  1. Seksi Pertambangan;
  2. Seksi Energi;
- f. Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang dan Jasa, terdiri dari :
  1. Seksi Pembinaan dan Perlindungan Konsumen;
  2. Seksi Pengawasan Barang dan Jasa.

**BAB III**  
**PENJABARAN TUGAS POKOK DAN FUNGSI**  
**Bagian Kesatu**  
**Kepala Dinas**  
**Pasal 3**

- (1) Kepala Dinas mempunyai tugas melaksanakan urusan di bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi berdasarkan asas desentralisasi dan tugas pembantuan.
- (2) Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Dinas mempunyai fungsi :
  - a. merumuskan kebijakan teknis di bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi;
  - b. menyelenggarakan pelayanan dalam bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi;
  - c. melaksanakan koordinasi tugas pelayanan dalam bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi;
  - d. memberikan pembinaan dan melaksanakan tugas dalam bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi;
  - e. melakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan tugas dalam bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi;
  - f. melaksanakan evaluasi dan monitoring pelaksanaan tugas dalam bidang perindustrian, perdagangan, pertambangan dan energi;
  - g. menyusun laporan pelaksanaan tugas;
  - h. pengguna anggaran dinas;
  - i. pengguna barang dinas; dan
  - j. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Bagian Kedua**  
**Sekretariat**  
**Pasal 4**

- (1) Sekretariat dipimpin oleh Sekretaris yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
- (2) Sekretariat mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam memberikan pelayanan administrasi kepada seluruh satuan organisasi di lingkungan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi dalam urusan umum, perlengkapan, keuangan, kepegawaian, kearsipan, perpustakaan, dokumentasi, evaluasi dan pelaporan.
- (3) Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Sekretariat mempunyai fungsi :
  - a. menyusun administrasi kepegawaian, perlengkapan dan peralatan, urusan rumah tangga dinas, keuangan, kearsipan, perpustakaan dan dokumentasi;
  - b. menyusun anggaran, pembinaan organisasi dan tata laksana, menyusun evaluasi dan pelaporan;
  - c. meningkatkan sumber daya manusia;
  - d. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi; dan
  - e. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 1**  
**Sub Bagian Umum**  
**Pasal 5**

- (1) Sub Bagian Umum dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian Umum yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris.
- (2) Sub Bagian Umum mempunyai tugas membantu Sekretaris melaksanakan urusan pengelolaan administrasi dan kepegawaian, rumah tangga, peralatan dan perlengkapan dinas.
- (3) Penjabaran tugas Sub Bagian Umum sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. mengelola surat masuk dan surat keluar;
  - b. mengelola kearsipan;
  - c. mengelola administrasi kepegawaian;
  - d. melaksanakan urusan humas;
  - e. melaksanakan urusan pengadaan peralatan/perlengkapan, pencatatan penyimpanan, pendistribusian;
  - f. melaksanakan urusan pemeliharaan/perawatan alat-alat kantor;
  - g. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Sub Bagian Umum; dan
  - h. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 2**  
**Sub Bagian Keuangan**  
**Pasal 6**

- (1) Sub Bagian Keuangan dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian Keuangan yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris.
- (2) Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas membantu Sekretaris melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan yang meliputi penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja dinas, verifikasi, perbendaharaan, penyusunan pertanggung jawaban keuangan dinas;
- (3) Penjabaran tugas Sub Bagian Keuangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. menyusun program dan rencana keuangan berdasarkan ketentuan yang berlaku;
  - b. menyelenggarakan pelaksanaan administrasi keuangan;
  - c. menyiapkan kelengkapan surat perintah pembayaran uang persediaan, surat perintah pembayaran ganti uang, surat perintah pembayaran tambahan uang, surat perintah pembayaran langsung gaji dan tunjangan PNS serta penghasilan lainnya;
  - d. melakukan verifikasi surat pertanggung jawaban;
  - e. mempersiapkan bahan pertanggung jawaban dan menyiapkan laporan keuangan;
  - f. menyimpan dan memelihara dokumen keuangan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku;
  - g. menyusun laporan bulanan, triwulan dan tahunan keuangan sesuai ketentuan yang berlaku;
  - h. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Sub Bagian Keuangan; dan
  - i. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Bagian Ketiga**  
**Bidang Perindustrian**  
**Pasal 7**

- (1) Bidang Perindustrian dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang dalam melaksanakan berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
- (2) Bidang Perindustrian mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam memberikan bimbingan teknis pembinaan sumber daya manusia, kelembagaan, komoditi/produk, usaha, sarana dibidang Perindustrian.
- (3) Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Bidang Perindustrian mempunyai fungsi :
  - a. menyusun program pembinaan;
  - b. melaksanakan kebijakan pembinaan industri;
  - c. melakukan koordinasi/kerjasama pembinaan;
  - d. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Bidang Perindustrian; dan
  - e. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 1**  
**Seksi Bina Usaha Industri**  
**Pasal 8**

- (1) Seksi Bina Usaha Industri dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perindustrian.
- (2) Seksi Bina Usaha Industri mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Perindustrian menyiapkan dan melaksanakan kebijakan pembinaan industri.
- (3) Penjabaran tugas pokok Seksi Bina Usaha Industri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. menyiapkan dan menyusun rencana pembinaan industri;
  - b. melaksanakan kebijakan pembinaan usaha dan produksi industri;
  - c. melakukan koordinasi serta fasilitasi kemitraan usaha industri kecil, menengah dan besar;
  - d. mempersiapkan, menyusun dan melaksanakan kebijakan iklim usaha industri yang kondusif;
  - e. menyiapkan pedoman dan petunjuk kerja yang berkaitan dengan kegiatan industri;
  - f. melaksanakan pelayanan perizinan dan rekomendasi kegiatan industri;
  - g. melakukan bimbingan dan pengawasan terhadap kegiatan industri;
  - h. menyiapkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data yang berkaitan dengan kegiatan industri;
  - i. melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait dalam pelaksanaan kegiatan;
  - j. memberikan bimbingan teknis pengembangan usaha industri;
  - k. memasyarakatkan pemakaian Hak Atas Kekayaan Intelektual dan standar industri;
  - l. membuat laporan pelaksanaan kegiatan sebagai pertanggung jawaban;
  - m. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Bina Usaha Industri; dan
  - n. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 2**  
**Seksi Sarana dan Prasarana Industri**  
**Pasal 9**

- (1) Seksi Sarana dan Prasarana Industri dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perindustrian.
- (2) Seksi Sarana dan Prasarana Industri mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Perindustrian mempersiapkan bahan pembinaan peningkatan sarana dan pengembangan usaha industri, melaksanakan kebijakan pembinaan dan melakukan pelayanan perizinan industri.
- (2) Penjabaran tugas pokok Seksi Sarana dan Prasarana Industri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. menyiapkan dan menyusun bahan rencana peningkatan sarana prasarana industri;
  - b. melaksanakan pembinaan asosiasi, kelembagaan atau industri;
  - c. melakukan penataan dan bimbingan kawasan/lingkungan industri;
  - d. menyiapkan pedoman dan petunjuk kerja yang berkaitan dengan peningkatan sarana prasarana industri;
  - e. melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait dalam pelaksanaan kegiatan;
  - f. melaksanakan penelitian dan kerjasama pengembangan serta fasilitasi penerapan teknologi;
  - g. memberikan fasilitasi penerapan dan pengembangan industri;
  - h. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Sarana dan Prasarana Industri; dan
  - i. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Bagian Keempat**  
**Bidang Perdagangan**  
**Pasal 10**

- (1) Bidang Perdagangan dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
- (2) Bidang Perdagangan mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam melaksanakan bimbingan teknis pembinaan sumber daya manusia, kelembagaan, komoditi/produk, usaha, sarana perdagangan.
- (3) Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Bidang Perdagangan mempunyai fungsi :
  - a. menyusun program pembinaan;
  - b. melaksanakan kebijakan pembinaan perdagangan;
  - c. melakukan koordinasi/kerjasama pembinaan;
  - d. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Bidang Perdagangan; dan
  - e. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 1**  
**Seksi Bina Usaha Perdagangan**  
**Pasal 11**

- (1) Seksi Bina Usaha Perdagangan dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perdagangan.

- (2) Seksi Bina Usaha Perdagangan mempunyai tugas menyiapkan, melaksanakan kebijakan pembinaan perdagangan.
- (3) Penjabaran tugas pokok Seksi Bina Usaha Perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. menyiapkan dan menyusun rencana pembinaan;
  - b. melaksanakan kebijakan pembinaan usaha dan produksi perdagangan;
  - c. melakukan koordinasi pelaksanaan pembinaan;
  - d. melaksanakan pengawasan, pelaporan, pelaksanaan dan penyelenggaraan serta penyajian informasi kelaksanaan Wajib Daftar Perusahaan;
  - e. melaksanakan pengawasan, pelaporan, pelaksanaan dan penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;
  - f. melakukan pembinaan dan pemberdayaan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Wajib Daftar Perusahaan;
  - g. menyediakan bahan masukan untuk perumusan kebijakan bidang ekspor dan impor;
  - h. memfasilitasi pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang perdagangan luar negeri;
  - i. melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data yang berkaitan dengan Surat Izin Usaha Perdagangan dan Wajib Daftar Perusahaan;
  - j. menyiapkan bahan pembinaan dan penyuluhan tentang Surat Izin Usaha Perdagangan dan Wajib Daftar Perusahaan;
  - k. menyiapkan pedoman dan petunjuk teknis tentang pelaksanaan, penertiban Surat Izin Usaha Perdagangan dan Wajib Daftar Perusahaan.
  - l. mempersiapkan, menyusun dan melaksanakan kebijakan iklim usaha Perdagangan yang kondusif;
  - m. membuat laporan pelaksanaan kegiatan sebagai pertanggung jawaban;
  - n. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Bina Usaha Industri; dan
  - o. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 2**  
**Seksi Promosi dan Pendaftaran**  
**Pasal 12**

- (1) Seksi Promosi dan Pendaftaran dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perdagangan.
- (2) Seksi Promosi dan Pendaftaran mempunyai tugas mempersiapkan bahan pembinaan dan bimbingan teknis serta pelaksanaan promosi dan pendaftaran.
- (3) Penjabaran tugas pokok Seksi Promosi dan Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. mengumpulkan data dan bahan tentang potensi produk dan jasa;
  - b. menyiapkan dan menyusun bahan pembinaan peningkatan sarana prasarana promosi;
  - c. menyiapkan bahan promosi dalam rangka meningkatkan penggunaan produksi dalam negeri;
  - d. menganalisa data mengenai perkembangan usaha para pengusaha yang telah mengikuti promosi dagang dalam dan luar negeri;
  - e. menyusun dan menyebarluaskan informasi mengenai promosi dagang di dalam dan luar negeri;
  - f. melaksanakan koordinasi pelaksanaan kegiatan promosi di dalam dan luar negeri;

- g. memberikan informasi pasar dalam dan luar negeri pada dunia usaha;
- h. menyiapkan pedoman dan petunjuk kerja yang berkaitan dengan perluasan pasar;
- i. melaksanakan pembinaan dan pengawasan kegiatan jasa bisnis dan jasa distribusi;
- j. memberikan pembinaan dan pengawasan, monitoring dan evaluasi serta pemberian izin dan rekomendasi barang kategori dalam pengawasan;
- k. memberikan pembinaan dan pengawasan pemberian izin dan rekomendasi skala tertentu, monitoring dan evaluasi sarana perdagangan;
- l. memberikan pembinaan, pengaturan dan pengawasan penyelenggaraan pasar lelang;
- m. memberikan pembinaan komoditas dalam rangka memperoleh akses pembiayaan resi gudang;
- n. melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait dalam pelaksanaan kegiatan;
- o. membuat laporan pelaksanaan kegiatan sebagai pertanggung jawaban;
- p. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Promosi dan Pendaftaran; dan
- q. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Bagian Kelima**  
**Bidang Perlindungan Konsumen Dan Pengawasan Barang Jasa**  
**Pasal 13**

- (1) Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang Jasa dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
- (2) Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang Jasa mempunyai tugas mempersiapkan, melaksanakan kebijakan perlindungan konsumen dan pengawasan barang dan jasa.
- (3) Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang Jasa mempunyai fungsi :
  - a. menyusun rencana dan pelaksana kebijakan perlindungan konsumen dan pengawasan barang jasa;
  - b. mengkoordinir pelaksanaan perlindungan konsumen dan pengawasan barang jasa;
  - c. melakukan pengawasan kegiatan dibidang perlindungan konsumen dan pengawasan barang jasa;
  - d. melakukan pembinaan dan pemberdayaan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Wajib Daftar Perusahaan;
  - e. mengkoordinir pengawasan dan pengendalian sembako dan barang strategis;
  - f. melakukan koordinasi/pembinaan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  - g. mengkoordinir dan pengawasan pelaksanaan kemetrolagian;
  - h. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang Jasa; dan
  - i. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 1**  
**Seksi Pembinaan dan Perlindungan Konsumen**  
**Pasal 14**

- (1) Seksi Pembinaan dan Perlindungan Konsumen dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang Jasa.
- (2) Seksi Pembinaan dan Perlindungan Konsumen mempunyai tugas mempersiapkan, melaksanakan kebijakan perlindungan konsumen.
- (3) Penjabaran tugas Seksi Pembinaan dan Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. mempersiapkan rencana kebijakan pembinaan dan perlindungan konsumen;
  - b. melaksanakan kebijakan pembinaan dan perlindungan konsumen;
  - c. melakukan koordinasi dan kerjasama dengan instansi terkait dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen;
  - d. melakukan pembinaan dan pemberdayaan motivator dan mediator Perlindungan Konsumen;
  - e. membuat evaluasi penyelenggaraan perlindungan konsumen;
  - f. melakukan pembinaan dan pemberdayaan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Wajib Daftar Perusahaan;
  - g. melakukan pendaftaran pengendalian dan pengawasan terhadap lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  - h. melakukan Sosialisasi terhadap Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
  - i. memfasilitasi Pengaduan konsumen untuk ditindak lanjuti ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen;
  - j. melakukan kerjasama dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam penyelesaian sengketa konsumen;
  - k. membuat laporan pelaksanaan tugas sebagai pertanggung jawaban;
  - l. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Pembinaan dan Perlindungan Konsumen; dan
  - m. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 2**  
**Seksi Pengawasan Barang dan Jasa**  
**Pasal 15**

- (1) Seksi Pengawasan Barang dan Jasa dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Barang Jasa.
- (2) Seksi Pengawasan Barang dan Jasa mempunyai tugas mempersiapkan, melaksanakan kebijakan Pengawasan Barang dan Jasa.
- (3) Penjabaran tugas Seksi Pengawasan Barang dan Jasa sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. mempersiapkan, melaksanakan kebijakan pengawasan barang dan jasa;
  - b. melakukan pengawasan/monitoring barang dan jasa yang beredar di pasaran bersama bidang/bagian serta SKPD terkait serta penegakan hukum;

- c. melakukan pengawasan/monitoring penyaluran/distribusi barang dan jasa kebutuhan masyarakat berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- d. melaksanakan monitoring perkembangan harga kebutuhan pokok, penting dan strategis;
- e. melaksanakan Operasi Pasar/Stabilisasi sesuai perintah dan petunjuk atasan;
- f. melakukan pembinaan dan pengawasan monitoring evaluasi kegiatan peningkatan produksi dalam negeri;
- g. memberikan sosialisasi kebijakan pengawasan barang dan jasa yang beredar;
- h. melakukan pembinaan dan pemberdayaan pengawasan barang dan jasa;
- i. melaksanakan pengawasan terhadap pemakaian Alat Ukur, Takar, Timbang dan Perlengkapannya;
- j. melakukan pengawasan terhadap stasiun pengisian bahan bakar umum;
- k. memantau industri dan produk tertentu yang berkaitan dengan keamanan, keselamatan umum dan kesehatan lingkungan dan moral ;
- l. melakukan pengawasan, pengadaan dan penyaluran garam beryodium;
- m. membuat laporan pelaksanaan kegiatan sebagai pertanggung jawaban;
- n. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Pengawasan Barang dan Jasa; dan
- o. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Bagian Keenam**  
**Bidang Pertambangan Dan Energi**  
**Pasal 16**

- (1) Bidang Pertambangan dan Energi dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
- (2) Bidang Pertambangan dan Energi mempunyai tugas membantu Kepala Dinas mempersiapkan, melaksanakan kebijakan serta pelayanan perizinan perusahaan pertambangan dan energi.
- (3) Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Bidang Pertambangan dan Energi mempunyai fungsi :
  - a. menyusun rencana kebijakan pembinaan, penelitian dan pengembangan pertambangan dan energi;
  - b. melaksanakan kebijakan program pemerintah di bidang pertambangan dan energi;
  - c. melaksanakan koordinasi dalam bidang pertambangan dan energi;
  - d. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas; dan
  - e. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 1**  
**Seksi Pertambangan**  
**Pasal 17**

- (1) Seksi Pertambangan dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Pertambangan dan Energi.

- (2) Seksi Pertambangan mempunyai tugas mempersiapkan, melaksanakan kebijakan serta pelayanan perizinan di bidang pertambangan.
- (3) Penjabaran tugas Seksi Pertambangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah :
  - a. mempersiapkan rencana kebijakan di bidang pertambangan;
  - b. melakukan pengelolaan air bawah tanah;
  - c. melakukan inventarisasi sumber daya energi dan sumber daya mineral;
  - d. melaksanakan survey dasar geologi dan tematik skala lebih besar atau sama dengan 1 : 50.000;
  - e. melaksanakan pengelolaan kawasan Kars;
  - f. melakukan penanggulangan bencana alam geologi;
  - g. melakukan pengelolaan pelayanan perizinan di bidang pertambangan umum (termasuk wilayah kota dan wilayah laut sampai 4 mil);
  - h. melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan pertambangan umum;
  - i. menyiapkan rekomendasi/persetujuan/ijin non inti;
  - j. melaksanakan evaluasi dan persetujuan serta pelaporan bidang pertambangan dan energi;
  - k. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Pertambangan; dan
  - l. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**Paragraf 2**  
**Seksi Energi**  
**Pasal 18**

- (1) Seksi Energi dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Pertambangan dan Energi.
- (2) Seksi Energi mempunyai tugas mempersiapkan, melaksanakan kebijakan dan melakukan pelayanan perijinan di bidang energi.
- (3) Penjabaran tugas Seksi Energi sebagaimana dimaksud pada ayat (2), adalah :
  - a. mempersiapkan rencana kebijakan di bidang energi;
  - b. mengeluarkan persetujuan penggunaan wilayah kuasa pertambangan atau Wilayah kerja kontraktor untuk kegiatan lain di luar kegiatan minyak dan gas bumi;
  - c. mengeluarkan rekomendasi prosedur penggunaan kawasan hutan untuk minyak dan gas bumi;
  - d. menyusun rencana umum ketenagalistrikan daerah kota;
  - e. mengeluarkan Surat Keterangan Terdaftar Perusahaan Jasa Penunjang kecuali yang bergerak di bidang fabrikasi, konstruksi, manufaktur, konsultan dan teknologi tinggi;
  - f. melakukan penegakan hukum dan pengawasan di bidang ketenagalistrikan di daerah;
  - g. menyelenggarakan kebijakan program pemerintah di bidang pemanfaatan energi;
  - h. membuat laporan pelaksanaan kegiatan sebagai pertanggungjawaban;
  - i. membuat evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas Seksi Energi; dan
  - j. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**BAB IV**  
**KETENTUAN PENUTUP**  
**Pasal 18**

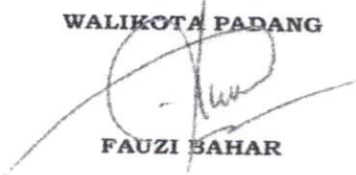
Pada saat Peraturan Walikota ini mulai berlaku, maka Peraturan Walikota Padang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Uraian Tugas Pokok Dan Fungsi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi (Berita Daerah Tahun 2008 Nomor 36), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

**Pasal 19**

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.  
Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Padang.

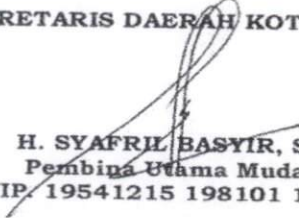
Ditetapkan di Padang  
pada tanggal 28 Desember 2012

**WALIKOTA PADANG**

  
**FAUZI BAHAR**

Diundangkan di Padang  
pada tanggal 28 Desember 2012

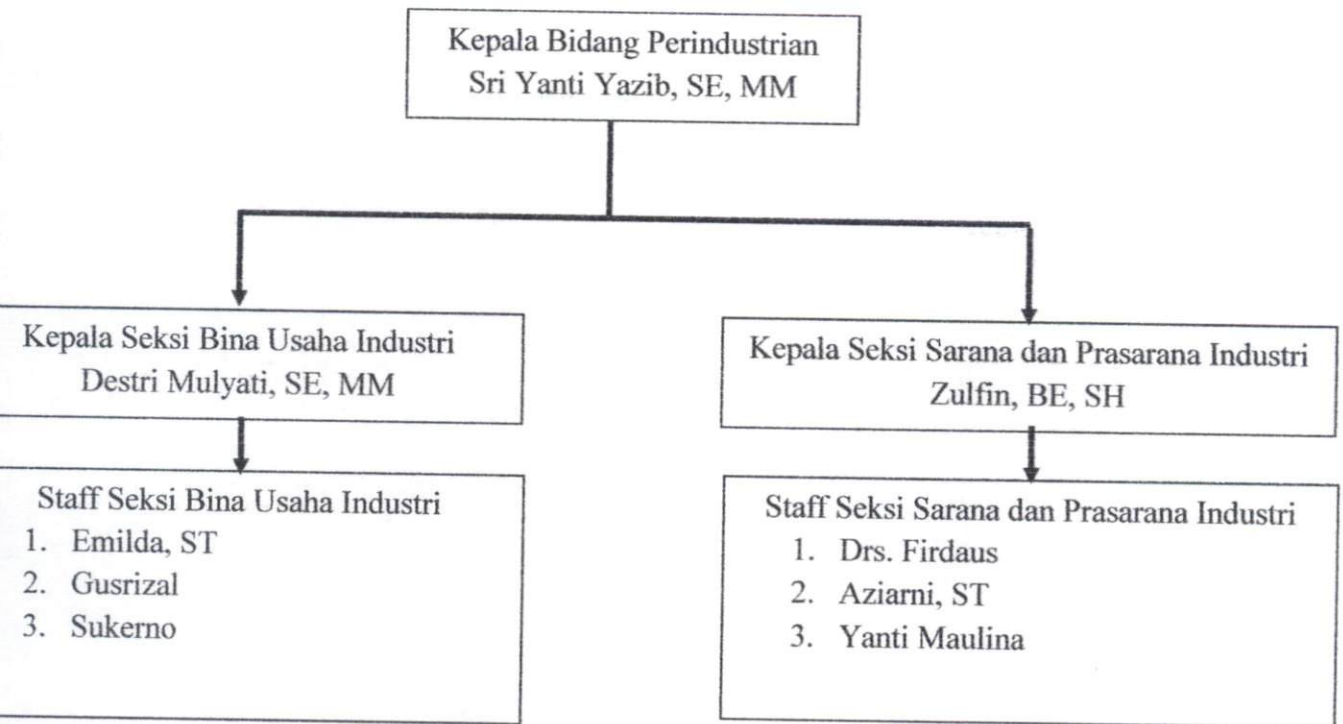
**SEKRETARIS DAERAH KOTA PADANG**

  
**H. SYAFRI BASYIR, SH**  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19541215 198101 1 001

**BERITA DAERAH KOTA PADANG TAHUN 2012 NOMOR 61**

Sumber : Disperindagtamben, 20012

Lampiran 11. Struktur Organisasi Bidang Perindustrian Dinas Perindustrian Perdagangan  
Pertambangan dan Energi kota Padang



Lampiran 12. Keseuaian pembudidayaan yang dilakukan oleh petani dan panduan pembudidayaan jahe

No	Pembudidayaan	Panduan	Petani
1	Pembibitan, Penyemaian, dan pemeliharaan Bibit	<p>Pembibitan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahan Bibit Berasal dari kebun</li> <li>- Bahan Bibit sehat bebas hama, penyakit, dan tidak cacat</li> <li>- Lahan asal bahan bibit bebas dari pathogen</li> <li>- Bahan bibit memiliki daging rimpang yang banyak seratnya (kasar)</li> <li>- Kulit Rimpang mengilat, licin, dan eras tidak mudah terkelupas</li> <li>- Umur bibit tidak kurang dari 9 bulan</li> </ul> <p>Penyemaian</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyemaian dilakukan untuk menyamakan tingkat pertumbuhan tunas pada rimpang</li> </ul> <p>Pemilihan Bibit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berat 20 – 40 gram</li> <li>- Mempunyai 2 – 3 mata tunas yang baik</li> <li>- Tinggi tunas sekitar 1 – 2 cm</li> <li>- Sebelum ditanam, bibit dimasukkan ke dalam karung dan di celupkan pada larutan fungisida selama 8 jam, jemur selama 2 – 4 jam</li> </ul>	Pembibitan dilakukan secara sendiri, dan penanaman tidak diperhitungkan keseragaman bibit
2	Penyiapan Media Tanam dan Lahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tanah di bajak dengan kedalaman <math>\pm</math> 30 cm dan di amkan 2 – 4 minggu</li> <li>- Pemberian pupuk kandang 20 – 40 ton/Ha</li> <li>- Pembuatan bedengan bagi tanah yang berair/lembab</li> <li>- Jika Tanah bersifat asam maka perlu dilakukan pengapuran dengan keasaman kurang dari 4 dibutuhkan dolomite 10 ton/ha, untuk asam 5 dibutuhkan dolomite 5,5 ton/ha dan untuk pH 6 dibutuhkan dolomite 0.8 ton/ha</li> </ul>	Tanah di gunakan pasca panen padi
3	Penanaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penanaman dilakukan monokultur atau polikultur</li> <li>- Jarak tanam 60 x 40 cm</li> <li>- Lubang tanam 5 – 7 cm</li> <li>- Penanaman dilakukan pada awal musim hujan</li> </ul>	Penanaman secara Polokultue dan jarak tanam yang tidak sesuai.
4	Pemeliharaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyulaman diadakan 2 -3 minggu setelah panen</li> <li>- Penyiangan dilakukan pada 2 – 4 minggu setelah tanam, dan rutin setiap 3 – 6 minggu sekali</li> <li>- Pembubunan dilakukan saat tanaman jahe berbentuk rumpun dengan 4 -5 anakan, dilakukan 2 -3 kali selama masa tanam</li> <li>- Pemupukan organik 2 – 3 kg per tanaman, pada usia 2 – 3 bulan, 4 – 6 bulan, dan 8 – 10 Bulan</li> <li>- Pemupukan menggunakan SP-36 dan KCl 300 – 400 Kg/ha, Urea 400 – 600 Kg/ha, pada usia 1,2,3 bulan masing-masing 1/3 dosis yang ditentukan</li> <li>- Penanaman awal September – November</li> <li>- Penyemprotan dilakukan saat penyemaian dan pemeliharaan</li> </ul>	Pemupukan hanya dilakukan 2 kali selama aal tanam dan pertengahan panen

## Lampiran 13. Jumlah Produksi Usaha Adil Tahun 2011

No	Bulan	Jumlah Produksi (kotak)
1	Januari	875
2	Februari	1021
3	Maret	729
4	April	700
5	Mei	875
6	Juni	1167
7	Juli	583
8	Agustus	729
9	September	875
10	Oktober	1167
11	November	875
12	Desember	875

Sumber: Perusahaan Adil, 2012

## Lampiran 14. Tenaga Kerja Perusahaan Adil

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Th)	Pendidikan
1	Dilyagus P	L	43	Strata 1
2	Adriyani	P	39	SMA
3	Fatimah	P	58	SMA
4	Atik	P	35	Strata 1
5	Berlian	P	18	SMA
6	Razef	L	16	SMA

Sumber: Perusahaan Adil, 2012

## Lampiran 15. Daerah Pemasaran Usaha Adil tahun 2010

No	Nama Toko/Swalayan	Alamat
1	Adek	Lapai
2	Apotik Riza	Simpang Anduring
3	Adinegoro Swalayan	Jln. Adinegoro
4	Amanah	Pasar Baru
5	Apotik Minang	Jln. Pattimura
6	Apotik Kita	Pasar Baru
7	Berkah Swalayan	Gadjah mada
8	Bofet Nasi Goreng Sambal terasi	Pasar Ambacang
9	Cristine Hakim	Jln. Nipah
10	Citra Swalayan	Pegambiran
11	Citra Swalayan	Aur Duri
12	Citra Swalayan	Bandar Buat
13	Citra Swalayan	Jln. Andalas
14	Citra Swalayan	Gunung Pangilun
15	Citra Swalayan	Jln. Thamrin
16	Citra Swalayan	Lubuk Buaya
17	Gatra	Aur Duri
18	Kacang Tojin	Jln. Nipah
19	Mitra Swalayan	Jln. Juanda
20	Mahkota	Tabing
21	Nela Cake	Jln. Nipah
22	Nela Cake	Lubuk Begalung
23	Nela Cake	Padang Baru
24	One Swalayan	By Pass
25	One	Belimbing
26	Rilly Swalayan	Jln. Aru
27	Rilly Swalayan	By Pass
28	Rohana Kudus	Jln. Rohana kudus
29	Sumpit Mas	By Pass
30	Singgalang	Jln. Proklamasi
31	Singgalang	Jln. Diponegoro
32	Singgalang	Jln. Sutomo
33	Shirley	Jln. Nipah
34	Silungkang	Lubuk Begalung
35	Singgalang	Bandar Buat
36	Toko Ayu	Jln. Thamrin
37	Toko Obat Ikhlas	Terandam
38	Wirda Mini Market	Siteba
39	Yo Way	Lapai
40	Yossie	Air Tawar
41	Yossie	Adinegoro
42	Yossie	Tabing
43	Zahra	Jati
44	Zahra	Ulak Karang

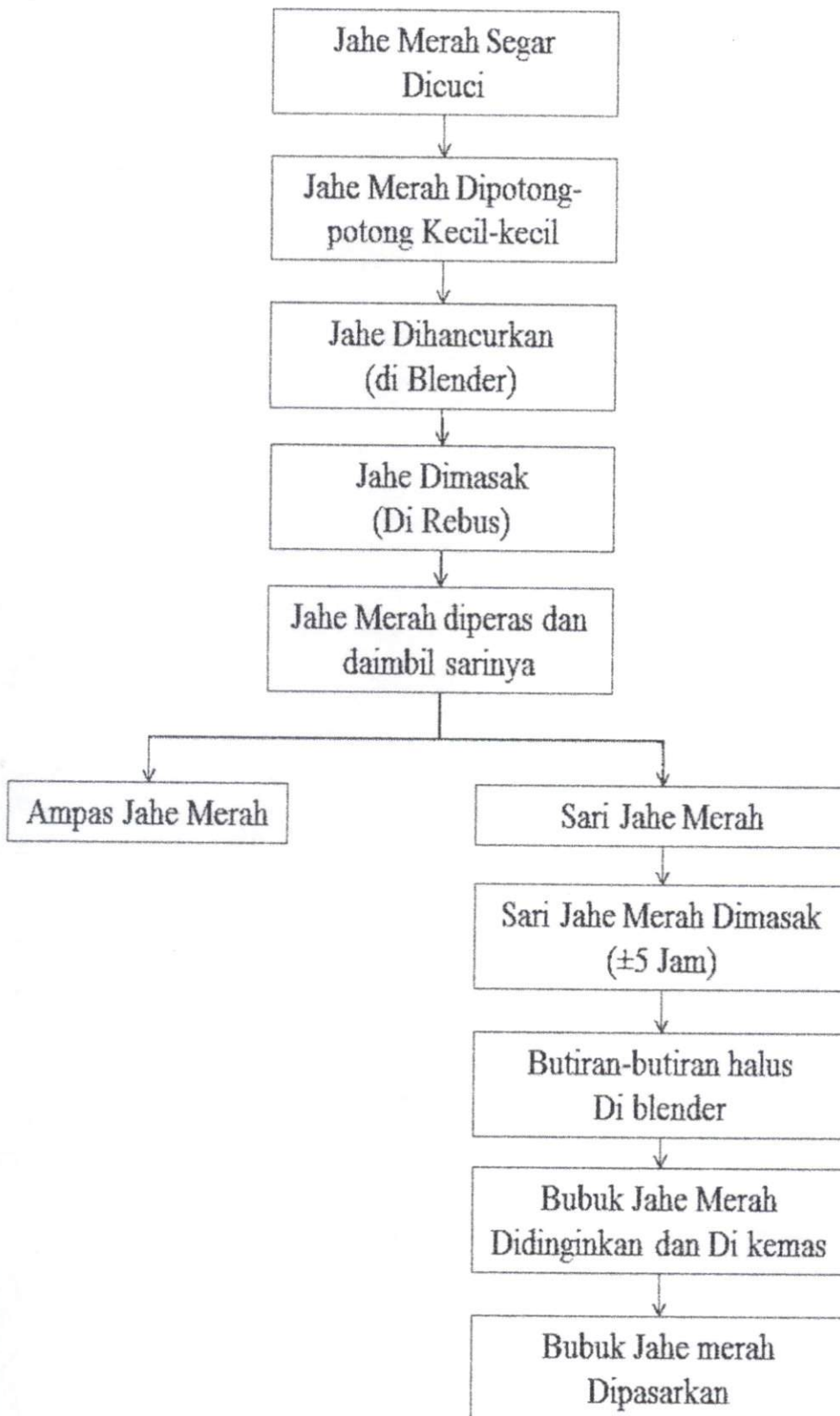
Sumber: Usaha Adil, 2011

Lampiran 16. Jumlah Produksi Usaha Refan tahun 2011

No	Bulan	Jumlah Produksi (kotak)
1	Januari	300
2	Februari	340
3	Maret	400
4	April	365
5	Mei	335
6	Juni	345
7	Juli	500
8	Agustus	345
9	September	350
10	Oktober	350
11	November	365
12	Desember	345

Sumber; Usaha Refan, 2012

Lampiran 17. Proses Produksi perusahaan Refan



## Lampiran 18. Daerah pemasaran produk usaha Refan tahun 2012

No	Tempat Pemasaran	Alamat
1	Citra Swalayan	Jl. Andalas
2	Rily Swalayan	Jl. Andalas
3	Minimarket Singgalang	Jl Proklamasi.
4	Citra Swalayan	Belimbing
5	Citra Swalayan	Pegambiran
6	Citra Swalayan	Lubuk Buaya
7	Apotik Riza	Anduring
8	Apotik Minang	Jl. Pattimura
9	DAF Minimarket	Tabing
10	Citra Swalayan	Tabing
11	Adek	Lapai
12	Apotik Riza	Simpang Anduring
13	Adinegoro Swalayan	Jln. Adinegoro
14	Amanah	Pasar Baru
15	Apotik Minang	Jln. Pattimura
16	Apotik Kita	Pasar Baru
17	Berkah Swalayan	Gadjah mada
18	Cristine Hakim	Jln. Nipah
19	Citra Swalayan	Aur Duri
20	Citra Swalayan	Bandar Buat
21	Citra Swalayan	Jln. Andalas
22	Citra Swalayan	Gunung Pangilun
23	Citra Swalayan	Jln. Thamrin
24	Citra Swalayan	Lubuk Buaya
25	Gatra	Aur Duri
26	Kacang Tojin	Jln. Nipah
27	Mitra Swalayan	Jln. Juanda
28	Mahkota	Tabing
29	Nela Cake	Jln. Nipah
30	Nela Cake	Lubuk Begalung
31	Nela Cake	Padang Baru
32	One Swalayan	By Pass
33	One	Belimbing
34	Rilly Swalayan	Jln. Aru
35	Rilly Swalayan	By Pass
36	Rohana Kudus	Jln. Rohana kudus
37	Sumpit Mas	By Pass
38	Singgalang	Jln. Proklamasi
39	Singgalang	Jln. Diponegoro
40	Singgalang	Jln. Sutomo
41	Shirley	Jln. Nipah
42	Silungkang	Lubuk Begalung
43	Singgalang	Bandar Buat
44	Toko Ayu	Jln. Thamrin
45	Toko Obat Ikhlas	Terandam
46	Wirda Mini Market	Siteba
47	Yo Way	Lapai
48	Yossie	Air Tawar
49	Yossie	Adinegoro
50	Yossie	Tabing
51	Zahra	Jati
52	Zahra	Ulak Karang

## Lampiran 19. Struktur Organisasi Koperasi Simpan Pinjam Pedagang Pasar

