



Penguatan Kemampuan Petani Empon Empon Sebagai Pemasok Bahan Baku Agroindustri Jamu Di Sumowono Kabupaten Semarang

Didik Purwadi^{1a}, Titi Rahayu Prasetyan^b

^a Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

^b Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan

Abstract. *This study aims to analyze the condition of spice business people in supporting the herbal industry. This study uses descriptive analytical methods using primary data, including surveys, observations and interviews. SWOT analysis was used to formulate strategy to develop the ability of spice farmers to manage their business. The results showed that the right approach in developing the capability of spice farmers was through participation, through exploring the needs of farmers, formulate existing problems, and design appropriate solutions.*

Keywords : *spice farmers, swot, business development strategy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi pelaku bisnis empon empon dalam mendukung industri jamu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan menggunakan sumber data primer, yaitu survei, observasi dan wawancara. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi – strategi pengembangan kemampuan petani empon empon dalam mengelola bisnisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan yang tepat dalam pengembangan kemampuan petani empon empon adalah melalui partisipasi, termasuk eksplorasi kebutuhan petani, merumuskan masalah yang ada, dan merancang solusi yang tepat.

Kata kunci : petani empon empon, swot, strategi pengembangan bisnis

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Semarang memiliki keunggulan komparatif industri jamu, namun akhir akhir ini industri jamu menghadapi ketidakpastian atas pasokan empon empon sebagai bahan baku utama, baik jumlah, kualitas maupun waktu panen. Selain itu, permasalahan lain yang dihadapi adalah kemampuan pengelolaan dari petani empon empon itu sendiri.

Kemampuan bersaing melalui inovasi di tingkat petani juga perlu mendapat perhatian agar petani mampu melakukan antisipasi gejolak pasar dan kualitas komoditas yang bervariasi dari kompetitor serta berusaha menghasilkan komoditas

¹ **Korespondensi:** didik@ugm.ac.id



yang lebih baik lagi. Kualitas inovasi sebagai bagian dari strategi bisnis, akan berkembang kembali dengan cara kerja yang baru dan inovasi produk baru lagi².

Merujuk pada permasalahan di atas maka perlu dilakukan survei potensi lahan dan budidaya empon empon di Kabupaten Semarang yang dilakukan di 5 Kecamatan, yaitu Kecamatan Sumowono, Tengaran, Jambu, Getasan dan Susukan. Namun untuk survey dan wawancara mendalam hanya dilakukan di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang

B. RUMUSAN MASALAH

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menganalisis kondisi aktual petani empon empon dalam mendukung pasokan bahan baku industri jamu dan merumuskan strategi pengembangan bisnis petani empon empon.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan secara: 1) Kuestioner petani dan pedagang empon; 2) Wawancara langsung dengan petani, pedagang dan industri jamu serta lembaga terkait; 3) Kajian pustaka yang mendukung pengembangan agribisnis empon empon.

Survei potensi meliputi jumlah petani, jumlah produksi beserta keragaman jenis empon-emponnya. Di samping itu survey juga akan mencakup kondisi sarana pendukung dan peluang pemasarannya (survey pasar) baik import maupun domestik bagi industri jamu. Aspek-aspek teknis potensi produksi empon-empon, seperti teknis pemeliharaan, pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman (HPT), panen dan pasca panen, organisasi di tingkat petani, keberadaan lembaga-lembaga penampung, sistem pengumpulan dan sejenisnya, juga akan menjadi bagian yang tak akan terpisahkan dalam survey potensi ini. Sementara untuk analisis data dilakukan secara diskriptif sesuai dengan data yang ada.

² Bigliardi dkk 2011

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Latar Belakang Usaha Agribisnis Empon-empon

Kajian agribisnis tanaman empon-empon ini dilakukan untuk dapat merumuskan kebijakan pengembangan usaha tani empon-empon di Kabupaten Semarang. Pemahaman atas latar belakang usaha agribisnis empon-empon perlu dilakukan agar dapat memahami sistem agribisnis empon-empon secara utuh.

Hasil survei lapangan, baik wawancara maupun penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada petani agribisnis, pedagang dan Pemerintah; menunjukkan bahwa sebagian besar petani agribisnis empon-empon merupakan inisiatif sendiri (69.2%) dan hanya 23.1% yang meneruskan pekerjaan orang tua.

Status kepemilikan lahan adalah 100% hak milik. Sedangkan luas kepemilikannya cukup bervariasi, sebagian besar (76.9%) petani memiliki lahan yang sempit (kurang dari 1 ha), disusul petani yang memiliki lahan sedang (antara 1 – 3 ha) sebanyak 15.4%, dan hanya 7.7% petani yang memiliki lahan luas (lebih dari 3 ha).

Dengan latar belakang demikian, sudah semestinya mereka memiliki motivasi yang tinggi, karena sebagai inisiasi sendiri dan tidak sekedar meneruskan orang tuanya. Namun dilihat dari kepemilikan lahan yang sempit, boleh jadi sebagai alasan mereka tidak menjadikan agribisnis empon-empon ini sebagai pekerjaan pokok. Agribisnis empon-empon belum dapat digunakan sebagai pekerjaan pokok, boleh jadi usaha ini tidak menguntungkan. Faktanya, pada umumnya petani empon empon yang ada sebagian besar berprofesi sebagai petani padi (61.5%) dan 38.5% pekerjaan lainnya. Oleh karena itu, pengembangan agribisnis empon-empon bisa sebagai komplementer dengan pekerjaan pokoknya, yakni usaha padi. Artinya pola pengembangan harus dirancang tidak saling mengganggu antara pekerjaan pokok dengan usaha empon-empon ini. Namun, boleh jadi pula justru pengembangan agribisnis empon-empon ini dapat sebagai pengganti (substitusi) pekerjaan pokok dari para petani padi tersebut.

Pengalaman mengelola bisnis empon-empon ini sangat bervariasi, namun lebih dari 50% memiliki pengalaman lebih dari 3 tahun. Secara terperinci dapat dijelaskan bahwa sebanyak 23.1% petani berpengalaman di bawah 1 tahun; sebanyak 15.4% berpengalaman 1-3 tahun, sebanyak 23.1% berpengalaman 3-6 tahun dan 38.5% sudah berpengalaman lebih dari 6 tahun. Melihat fakta tersebut,



maka pendekatan dalam pengembangan ini adalah dengan dengan bentuk partisipasi, melalui upaya menggali kebutuhan petani empon empon, memformulasi permasalahan yang ada, serta merancang solusi yang tepat.

2. Kelancaran Usaha

Kebutuhan pengembangan usaha agribisnis ini semakin mendesak bila melihat fakta bahwa hampir semua pernah mengalami kemacetan usaha. Frekuensi kemacetan cukup bervariasi, yakni kadang-kadang macet (53.8%), sering macet (23.1%) dan sangat sering (15.4%). Dengan demikian maka petani yang merasa bebas dari kemacetan hanya kurang dari 50%. Sedangkan bila ditanya bahwa jenis penyebabnya adalah modal ternyata ada 53.8% mengalaminya ; sedangkan kendala pemasaran ada sebanyak 46.2% mengalaminya. Permodalan menjadi kendala utama karena dalam usaha agribisnis empon-empon ini memerlukan berbagai komponen modal yang tidak sedikit. Kelemahan petani adalah masih mencampur kekayaan untuk usaha tani dengan kebutuhan keluarga, sehingga ketika terjadi kenaikan kebutuhan keluarga maka kebutuhan modal untuk usaha tani tidak mencukupi. Biasanya kemudian petani meminjam, sehingga kemudian harus menanggung pula bunga pinjaman tersebut. Belum lagi belum adanya jaminan hasil panen yang bagus, sehingga pendapatan petani juga belum menentu. Ditambah lagi kemampuan pemasaran yang masih rendah.

3. Pelatihan dan Pengembangan Usaha

Sebanyak 53.8% petani merasa pernah mengikuti pelatihan, namun berfokus pada hal teknologi budidaya. Temuan ini semakin menguatkan bahwa dalam hal budidaya para petani telah cukup kuat dan menganggap tidak begitu memerlukan pelatihan lagi. Hal ini tercermin dari petani bahwa jenis pelatihan atau bantuan yang paling mereka harapkan saat ini adalah kelembagaan, permodalan dan bibit. Penyebab utama ketidaklancaran usaha agribisnis empon empon adalah permodalan dan pemasaran. Kedua hal ini muncul karena kegiatan petani masih bersifat sendiri-sendiri sehingga kelembagaannya lemah. Kelembagaan yang kuat akan mampu memiliki akses permodalan yang lebih baik serta akses pemasaran yang lebih luas. Demikian pula kebutuhan bantuan permodalan mereka rasakan untuk membebaskan petani dari ketergantungan pinjaman dengan bunga tinggi

yang sangat merugikan; sebagaimana tercermin dalam penyebab utama kemacetan usaha.

Urutan jenis bantuan ataupun pelatihan yang diharapkan berikutnya adalah manajemen operasional, teknologi pascapanen dan pemasaran. Lemahnya kemampuan mengelola usaha agribisnis empon-empon sangat mereka rasakan, sehingga kebutuhan tata kelola usaha menjadi kebutuhan. Demikian pula upaya peningkatan efisiensi dan efektivitas usaha perlu ditingkatkan dengan penguasaan teknologi pascapanen yang terkini.

Seperti telah dijelaskan di depan, bahwa pelatihan yang telah petani ikuti saat ini lebih fokus pada teknologi budidaya sehingga mereka saat ini merasa bahwa bantuan budidaya tidak begitu diperlukan. Aspek kewirausahaan juga petani rasakan kurang begitu perlu, hal ini boleh jadi mereka sudah terbiasa dengan bekerja sendiri, sehingga aspek kewirausahaan dipandang menjadi tidak penting. Padahal, aspek ini mestinya sangat terkait dengan kelembagaan yang sangat dibutuhkan tadi.

Tentang rencana pengembangan ke depan, temuan lapangan membuktikan bahwa hampir semuanya berkeinginan mengembangkan usaha. Dengan demikian petani telah memiliki motivasi kuat untuk berkembang. Hal yang akan dikembangkan adalah teknologi budidaya sebagai aspek yang telah dikuasai, sehingga perlu dikembangkan lebih luas lagi. Demikian pula aspek pascapanen akan dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha. Aspek pemasaran menjadi kebutuhan sejalan dengan keinginan pengembangan budidaya empon-empon ini.

4. Kelembagaan di Tingkat Petani

Sebagaimana telah dijelaskan di depan, bahwa aspek kelembagaan adalah sebagai aspek yang paling petani butuhkan. Kelembagaan di tingkat petani ini wujudnya adalah kelompok tani yang kuat dan mandiri. Faktanya, petani telah memiliki kelompok tani, namun masih perlu adanya penguatan kelembagaannya. Boleh jadi, kelembagaan kelompok tani baru dalam tahap "pembentukan", sedangkan aktivitas dan nilai manfaatnya belum optimal. Posisi kelompok telah dipandang secara benar, karena 67% menganggap bahwa kelompok digunakan untuk mencapai tujuan bersama melalui kerja secara bersama. Hasil temuan



lapangan menunjukkan bahwa motivasi petani berkelompok adalah 33% mencari keuntungan dan 44% untuk menambah wawasan, sedangkan 23% memiliki alasan lain-lain. Oleh karena itu, pengembangan kelembagaan di tingkat petani hendaknya diarahkan untuk menambah wawasan dan peningkatan keuntungan melalui berbagai aktivitas kelompok. Kegiatan kelompok yang ingin dilakukan adalah pertemuan rutin, arisan, pengelolaan bersama (kegiatan kolektif) dalam hal pemasaran ataupun pascapanen. Strategi pengembangan yang akan dilakukan utamanya adalah peningkatan mutu (61.5%).

5. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran semuanya dibeli oleh pedagang pengumpul. Sedangkan lokasi transaksi bervariasi. Sebanyak 38.5% diambil langsung di kebun/rumah, 15.4% dijual di pasar desa, 15.4% dijual di pasar tingkat kecamatan. Dengan demikian jelaslah bahwa lebih dari 50% petani memasarkan empon-emponnya hanya di dalam desa. Kemampuan akses ke luar dari desa belum ada. Sedangkan petani yang berani memasarkan sampai di tingkat kecamatan hanya 15.4%. Sistem pembayarannya dilakukan secara kontan.

Gambar 1. Bagan alur pemasaran empon empon

Petani → Pengepul → Pedagang → Pabrik

Ketidakmampuan dalam akses pasar tercermin dari ketidakmampuan petani dalam bersaing. Sebanyak 56% merasa ada saingan dari daerah lain, sedangkan sebanyak 33% masih menganggap bahwa sesama petani kecamatan masih saling bersaing. Kondisi ini menunjukkan bahwa diantara para petani masih terjadi saling bersaing yang tidak sehat, sehingga mereka tidak berdaya dalam menghadapi saingan dari daerah lain. Peningkatan daya saing dalam pemasaran ini dapat dilakukan dengan penguatan kelembagaan, sehingga kekompakan di antara petani akan muncul dengan saling bekerjasama dalam kelompok.

Teknologi pascapanen yang digunakan oleh petani saat ini masih banyak tergantung kepada keadaan alam, misalnya bila ada permintaan simplisia, maka proses pascapanen yang dilakukan meliputi panen, kemudian dirajang dengan pisau

sederhana dan dikeringkan di bawah terik matahari. Sedangkan bila permintaannya berupa jahe segar, maka proses pasca panen lebih sederhana, yakni pemanenan dan pencucian.

6. Analisis internal dan eksternal

Misi usaha empon-empon adalah memberikan produk berkualitas kepada pelanggan. Oleh karena itu perlu diformulasikan secara jelas produk yang berkualitas dan siapa pelanggannya. Sedangkan tujuan bisnisnya harus dirumuskan sebagai suatu target yang hendak dicapai.

Kunci keberhasilan dalam bisnis dapat dijelaskan melalui analisis SWOT, yakni analisis atas kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*).

a. Kekuatan

- 1) Status lahan adalah 100% hak milik, hal ini sebagai modal dasar dalam usaha tani.
- 2) Sebanyak 69,2% petani dalam melaksanakan usaha empon-empon ini dari inisiatif sendiri. Hal ini tentu sebagai pendorong yang kuat dalam berusaha.
- 3) Petani berpengalaman mengelola empon-empon. Sebanyak 23,1% berpengalaman selama 3-6 tahun dan sebanyak 38,5% berpengalaman lebih dari 6 tahun.
- 4) Sebagian besar petani (53,8%) pernah mengikuti pelatihan fokus pada teknologi budidaya
- 5) Keberadaan kelompok dan pemahaman atas kelompok sudah benar. Sebanyak 44% petani berkelompok untuk menambah wawasan untuk meningkatkan keuntungan bersama.

b. Kelemahan

- 1) Ukuran lahan sebagian besar (76,9%) kurang dari 1 ha, sehingga dalam pengembangan usaha tani empon-empon hanya bisa dilakukan untuk skala kecil.
- 2) Empon-empon bukan sebagai pekerjaan pokok, hal ini boleh jadi karena luasan lahan yang sempit, sehingga produksi empon-empon belum bisa



digunakan sebagai penghasil pokok. Sebagian besar (61,5%) berprofesi sebagai petani padi.

- 3) Petani belum mampu melakukan pengembangan kelembagaan dan manajemen operasional. Petani mengalami kendala permodalan sebanyak 53,8%, sedangkan yang menghadapi kendala pemasaran sebanyak 46,2%.
- 4) Petani belum menguasai teknologi pascapanen
- 5) Kemampuan pemasaran rendah, yakni lebih dari 50% petani hanya memasarkan produknya di dalam desa, sedangkan hanya 15,4% petani yang sudah memiliki akses pasar ke tingkat kecamatan.

c. Peluang

- 1) Kebutuhan empon-empon terus meningkat, dengan lokasi transaksi pemasaran bervariasi: di pabrik, pasar tingkat desa, kecamatan
- 2) Peran Pemerintah antara lain telah dibuatnya Kawasan Agro (KA)

d. Ancaman

- 1) Variasi musim menentukan juga variasi hasil panennya.
- 2) Saingan dari petani empon-empon daerah lain, hal ini dirasakan oleh 56% petani yang merasa mendapat saingan dari daerah lain.

E. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut: *Pertama*, Penguatan motivasi petani dalam budidaya empon empon. Petani sebagian besar telah memiliki lahan dan memiliki pengalaman budidaya empon empon. Perlu dipertimbangkan untuk fokus pada komoditas jahe sebagai komoditas utama, disamping 4 jenis lainnya, yaitu: kunir, kapulogo, kencur, dan temulawak.

Kedua, Pengembangan kemampuan individu petani dalam melakukan bisnis empon empon perlu dilakukan, karena lebih dari 50% petani pernah menerima pelatihan baru sebatas budidaya, sedangkan kemampuan panen dan paska panen serta pemasaran relatif lemah.

Ketiga, Pengembangan kelompok tani didukung oleh tingginya kesadaran petani untuk berkelompok, serta kemauan untuk saling bertukar pengalaman diantara petani. Pengembangan kelompok diperlukan melakukan penguatan kelembagaan dan manajemen operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2004. *Informasi Temulawak Indonesia*, Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM) dan Gabungan Pengusaha Jamu Indonesia.
- Bigliardi, Barbara., Pierluigi Colacino, dan Alberto Ivo Dormio, 2011, Innovative Characteristics of Small and Medium Enterprises, *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol 6, Issues 2
- Gaspersz, Vincent, 2002. *Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama
- Mahendra, B., 2005. Tiga Belas Jenis Tanaman Obat Ampuh, Penebar Swadaya
- Paimin, Farry B., dan Murhananto, 2004. Budi Daya, Pengolahan, Perdagangan Jahe, Penebar Swadaya
- Siswanto, Yuli Widiyastuti., 2004. Penanganan Hasil Panen Tanaman Obat Komersial, Penebar Swadaya