



**TINJAUAN GEOGRAFI EKONOMI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN INDUSTRI SYRUP
(Studi Kasus Di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug
Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan)**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Geografi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Ummu Halimah

NIM. 321400001

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
JURUSAN GEOGRAFI
2005**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 10 Maret 2005

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Sudarno. W, Ph.D
NIP. 130444325

Drs. Heri Tjahjono, M.Si
NIP. 132240460

Mengetahui
Ketua Jurusan Geografi

Drs. Sunarko, M.Pd
NIP. 130812916

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 19 Maret 2005

Penguji Skripsi

Drs. Sriyono, M. Si
NIP.131764023

Anggota I

Anggota II

Prof. Sudarno. W, Ph.D
NIP. 130444325

Drs. Heri Tjahjono, M.Si
NIP. 132240460

Mengetahui:
Dekan,

Drs. Sunardi
NIP. 130367998

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain di dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik

Semarang, Maret 2005

Ummu Halimah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“ Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.

(Q.S. Albaqoroh :153)

“Dan jangan kamu berjalan di muka bumi ini dengan sombong karena sesungguhnya kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan sekali-kali kamu akan sampai setinggi gunung”.

(Q.S. Bani Isroil: 37).

Persembahan

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. Ibu Muawanah dan Bapak Shodeli terhormat yang telah menyayangiku dengan tulus.
2. Kakak dan Adikku tersayang
3. Suamiku tercinta
4. Sahabatku dan rekan- rekan Geo’00
5. Almamater UNNES

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah Peneliti panjatkan kehadiran Alloh SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya maka penyusun dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Tinjauan Geografi Ekonomi Terhadap Volume Penjualan Industri Syrup (Studi kasus Di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan)”. Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata I yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat tersusun dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. A. T. Sugito, SH, M.M, Selaku Rektor UNNES
2. Drs. Sunardi, M.M, Dekan Fakultas Ilmu Sosial UNNES, yang telah memberikan izin penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
3. Drs. Sunarko, M.Pd, Ketua Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial UNNES, yang telah memberikan pengarahan demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
4. Prof. Drs. Soedarno. W., Ph. D, dosen pembimbing I yang telah banyak memberi bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs, Heri Tjahjono, M.Si, dosen pembimbing II yang telah banyak memberi bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Drs. Sriyono, M.Si, dosen penguji skripsi yang telah banyak memberi bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ir. Hindarko , pimpinan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika yang telah memberikan ijin penelitian.

8. Ibu, bapakku(alm),kakakdan adikku sayang, suamiku, bulek, paklekkku, dan Mbah Putri yang telah memberikan doa dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman pendidikan geografi angkatan 2000, atas kerjasama dan kebersamaan kita selama ini

Akhirnya segalanya penulis serahkan kepada Alloh SWT, semoga amal baik semua pihak mendapat imbalan yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, ini semua disebabkan karena keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Karena itu penulis mengharapkan sumbangan dan saran perbaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang memerlukannya.

Semarang, Maret 2005

Penulis

SARI

Halimah,Ummu. 2004, *“Tinjauan Geografi Ekonomi terhadap Volume Penjualan Industri Syrup (Studi Kasus PT. Kartika Polaswasti Mahardhika Di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan).* Jurusan Geografi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang. Prof. Sudarno. W, Ph.D. Drs.Heri Tjahjono, M.Si. 165 h.

Kata Kunci: Geografi Ekonomi, Volume Penjualan

PT. Kartika Polaswasti Mahardhika yang berada di Desa Gubug Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan merupakan perusahaan syrup yang ada di gubug yang berkembang dengan baik. Faktor apakah yang mendorong perusahaan tersebut dapat berkembang? Melalui penelitian ini dilakukan tinjauan geografi ekonomi berkaitan dengan perkembangan volume penjualan perusahaan tersebut.

Permasalahan yang akan diungkap yaitu seberapa jauh peranan lokasi, bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran dalam mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh peranan lokasi, bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran dalam mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

Objek penelitian ini adalah Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Variabel yang diteliti yaitu: bahan baku, tenaga kerja, pemasaran dan lokasi sebagai variabel bebas dan volume penjualan sebagai variabel terikat. Data diambil menggunakan metode observasi dan wawancara. Data dianalisis menggunakan teknik deskriptif eksplorasi, deskripsi kualitatif dan analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan baku secara signifikan mempunyai peranan yang mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara biaya bahan baku dengan volume penjualan diperoleh t_{hitung} 7,051 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$. Bahan baku mempunyai hubungan yang sangat kuat dalam mendukung perkembangan volume penjualan perusahaan yang mencapai 30,66%. Bahan baku merupakan bahan utama untuk proses produksi. Tanpa adanya bahan baku maka proses produksi akan berhenti dan perusahaan mengalami kerugian. Tenaga kerja yang digunakan secara finansial menguntungkan perusahaan, sebab upah tenaga kerja untuk daerah Gubug tidak terlalu tinggi. Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang sangat menentukan proses berlangsungnya perusahaan. Dengan peningkatan jumlah tenaga kerja ternyata berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara jumlah tenaga kerja dengan volume penjualan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 7,073 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$. Tenaga kerja dalam mendukung perkembangan volume penjualan perusahaan sebesar 30,66%. Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, sebab dengan adanya perluasan

pemasaran secara langsung akan meningkatkan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara biaya pemasaran dan volume penjualan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 19,142 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Besarnya kontribusi pemasaran ini mencapai 32,75%. Lokasi PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan cukup strategis yaitu terletak di dekat jalan raya yang menghubungkan kota Semarang dan Purwodadi. Berdasarkan hasil analisis perbandingan antara biaya transportasi, biaya produksi dan volume penjualan menunjukkan bahwa dari tahun 1998-2003, perusahaan tersebut mengalami keuntungan. Peranan lokasi terhadap volume penjualan mencapai 5,93%.

Pemasaran mempunyai andil yang besar dalam memajukan perusahaan, oleh karena itu memperluas daerah pemasaran dengan mengenalkan produk lewat media cetak maupun media elektronik. Bahan baku mempunyai peranan yang penting dalam memajukan perusahaan, oleh karena itu pihak perusahaan hendaknya lebih menjaga kualitas bahan baku, sehingga produk yang dihasilkan lebih disukai masyarakat. Ditinjau dari tenaga kerja yang digunakan, perlu menambah tenaga kerja khusus bidang pengawasan mutu produksi yang berasal dari lulusan teknik pangan, sehingga diharapkan mampu menaikkan tingkat kesukaan masyarakat dan akhirnya volume penjualan dapat lebih meningkat.

Interaksi antara manusia satu dengan kelompok manusia lain sebagai produsen dan konsumen beserta barang- barang yang diperlukan, menunjukkan adanya gerakan (*movement*). Nilai gravitasi dan interaksi keruangan diantara dua region, yaitu antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran produk sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika didapatkan bahwa nilai interaksi paling tinggi di Kota Kudus ($I=2,89$) Dikarenakan kota Kudus mempunyai lokasi yang sangat strategis sekaligus sebagai kota pusat industri.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan	iii
Pernyataan	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Prakata	vi
Sari	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Permasalahan	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Geografi ekonomi.....	12
2. Industri	14
3. Volume Penjualan	17
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Industri....	18
B. Analisa Interaksi Keruangan.....	29
C. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Variabel Penelitian	34
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Teknik Analisa Data	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 44
A. Hasil Penelitian	44
1. Kondisi Umum Daerah Penelitian	44
2. Kondisi Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika	54
3. Deskriptif Variabel Penelitian	73
4. Hasil Analisis Data	115
B. Pembahasan	132
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 136
A. Simpulan	136
B. Saran	138
Daftar Pustaka	139
Lampiran	141

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Luas dan Jenis Penggunaan Lahan di Desa Gubug.....	47
Tabel 4.2	Jenis Jalan Desa Gubug	50
Tabel 4.3	Kondisi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Desa Gubug	51
Tabel 4.4	Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan penduduk Desa Gubug.....	52
Tabel 4.5	Mata Pencarian Penduduk Desa Gubug	53
Tabel 4.6	Lokasi Pengadaan Bahan Baku Syrup dan Jumlahnya Setiap Bulan Pada PT Kartika Polaswasti Mahardika	76
Tabel 4.7	Frekuensi Pengadaan Bahan Baku Syrup dan Jumlahnya Setiap Bulan Pada PT Kartika Polaswasti Mahardika	79
Tabel 4.8	Jumlah Tenaga Kerja Menurut Jenis Kelamin PT Kartika Polaswasti Mahardika	81
Tabel 4.9	Jumlah Tenaga Kerja Pada Masing-masing Departemen PT Kartika Polaswasti Mahardika	82
Tabel 4.10	Tingkat Umur Tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika ..	83
Tabel 4.11	Prosentase Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika	83
Tabel 4.12	Tingkat Pendidikan tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika	84
Tabel 4.13	Prosentase Asal / Lokasi Tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika	85
Tabel 4.14	Asal/Lokasi Tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika.....	86
Tabel 4.15	Upah Tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika	87
Tabel 4.16	Standarisasi Bonus Pemasaran PT Kartika Polaswasti Mahardika	87
Tabel 4.17	Jenis dan Banyak Sarana Transportasi yang Digunakan oleh Karyawan PT Kartika Polaswasti Mahardika	90
Tabel 4.18	Jenis Produksi Syrup PT Kartika Polaswasti Mahardika.....	93

Tabel 4.19 Lokasi dan Jarak Pemasaran PT Kartika Polaswasti Mahardika ..	96
Tabel 4.20 Distribusi dan Jumlah Masing-Masing Lokasi Pemasaran PT Kartika Polaswasti Mahardika	98
Tabel 4.21 Data Jumlah Syrup Yang Terkirim dan Terjual.....	99
Tabel 4.22 Jumlah Perantara Yang Digunakan Pada Perusahaan PT Kartika Polaswasti Mahardika	108
Tabel 4.23 Biaya Saluran Distribusi PT Kartika Polaswasti Mahardika	111
Tabel 4.24 Volume Penjualan PT Kartika Polaswasti Mahardika.....	114
Tabel 4.25 Besarnya Biaya Bahan Mentah PT Kartika Polaswasti Mahardika	115
Tabel 4.26 Jumlah Tenaga Kerja PT Kartika Polaswasti Mahardika	117
Tabel 4.27 Perubahan Besarnya Upah	119
Tabel 4.28 Besar Biaya Saluran Distribusi PT Kartika Polaswasti Mahardika	121
Tabel 4.29 Total Biaya Produksi	124
Tabel 4.30 Total Biaya Transportasi.....	124
Tabel 4.31 Total Volume Penjualan yang Diperoleh.....	124
Tabel 4.32 Sumbangan relatif lokasi, bahan mentah, tenaga kerja, pemasaran terhadap volumepenjualan.....	125
Tabel 4.33 Jarak jalur lokasi pemasaran PT Kartika Polaswasti Mahardika.....	126
Tabel 4.34 Jarak rayon lokasi pemasaran PT Kartika Polaswasti Mahardika...	127
Tabel 4.35 Jumlah penduduk masing-masing lokasi pemasaran PT Kartika Polaswasti Mahardika.....	127
Tabel 4.36 Besarnya nilai interaksi sosial.....	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Analisa Dukungan Bahan Mentah Terhadap Industri Syrup	
PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	141
Lampiran 2. Analisa Dukungan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Industri Syrup	
PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	143
Lampiran 3. Analisa Dukungan Pemasaran Terhadap Industri Syrup	
PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	145
Lampiran 4. Analisa Dukungan Lokasi Terhadap Industri Syrup PT. Kartika	
Polaswasti Mahardhika.....	147
Lampiran 5. Panduan wawancara.....	149
Lampiran 6. Gambar Hasil Pengamatan di Lapangan.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Interaksi Keruangan.....	31
Gambar 4.1. Peta Administrasi Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan	46
Gambar 4.2. Peta Tata Guna Lahan Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.....	48
Gambar 4.3. Piramida Penduduk Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.....	52
Gambar 4.4. Peta Lokasi Penelitian Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	57
Gambar 4.5. Denah Tata Letak Ruang Perusahaan Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	58
Gambar 4.6. Skematis struktur Organisasi PT. Kartika Polaswasti Mahardhika	61
Gambar 4.7. Skematis Proses Produksi Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	72
Gambar 4.8. Peta Lokasi Pengadaan Bahan Baku Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	77
Gambar 4.9. Peta Lokasi Pemasaran Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.....	97

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul.

Pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus meningkat dengan cepat akan menyebabkan lajunya pertumbuhan angkatan kerja muda, selain itu juga berpengaruh terhadap pertumbuhan akan kebutuhan perumahan dan permukiman, fasilitas air bersih, fasilitas sosial ekonomi dan kebudayaan lain yang seimbang.

Bertambahnya tenaga kerja di pedesaan sementara luas lahan pertanian relatif tetap, menyebabkan luas lahan pertanian yang dimiliki atau yang digunakan semakin sempit, akibatnya terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja yang tidak terserap di sektor pertanian. Menurut Mantra (1980) pemilikan lahan pertanian di Jawa sebagian besar penduduk memiliki kurang dari 0,2 hektar. Untuk hidup dengan layak atau kecukupan paling sedikit satu keluarga petani harus memiliki 0,7 hektar lahan sawah dan 0,3 hektar lahan pekarangan atau tegal.

Program pembangunan pedesaan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat dengan melalui peningkatan dan pemerataan kesempatan kerja di pedesaan, untuk mencapai tersebut pemerintah pada umumnya telah melaksanakan melalui program pembangunan pertanian, walaupun kegiatan dari program pertanian menunjukkan peningkatan pendapatan terhadap pendapatan pertanian tetapi belum berarti kebutuhan rumah tangga tercukupi.

Akibat jenuhnya kesempatan kerja dan rendahnya pendapatan sektor pertanian, maka penduduk berusaha mencari pekerjaan tambahan di luar sektor pertanian untuk menambah pendapatan dalam upaya mencapai hidup yang layak atau kecukupan. Salah satu usaha di luar sektor pertanian yang dilakukan di antaranya usaha di bidang industri. Oleh karena itu adanya industri memegang peranan yang cukup penting, di samping dapat menyerap tenaga kerja.

Usaha industri sebagian besar sebagai sumber pendapatan keluarga dan dapat sebagai penunjang kegiatan pertanian yang merupakan pekerjaan pokok penduduk pedesaan, sehingga usaha industri mempunyai arti penting dalam usaha mengurangi tingkat kemiskinan.

Manusia demi kelangsungan hidupnya sangat memerlukan berbagai jenis barang yang mudah dan atau langsung dapat dipergunakan. Adanya berbagai macam dan jenis barang tersebut sudah pasti merupakan hasil kerja dan pengolahan manusia dengan bantuan peralatan yang tercakup dalam suatu industri.

Indonesia negara berkembang dengan jumlah penduduk yang terus meningkat berusaha melakukan pembangunan di berbagai bidang kehidupan untuk meningkatkan kesejahteraan baik material maupun spiritual. Di bidang ekonomi, sasaran pokok yang hendak dicapai dalam jangka panjang adalah terciptanya keseimbangan antara pertanian dan industri serta perubahan-perubahan fundamental dalam struktur ekonomi Indonesia sehingga produksi

nasional yang berasal dari luar pertanian merupakan bagian yang semakin besar dan industri menjadi tulang punggung ekonomi.

Menurut rencana pembangunan transisi menyebutkan tiga agenda pembangunan yang pada intinya merupakan prioritas pembangunan untuk periode 2005-2006, yaitu mempercepat proses reformasi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, serta memperkuat kesatuan dan persatuan bangsa dalam rangka negara kesatuan Republik Indonesia. Bagi bidang pembangunan ekonomi, agenda pembangunan di atas mengamanatkan bahwa tugas utama dalam periode 2005-2006 adalah menyelenggarakan reformasi kelembagaan ekonomi secara lebih intensif dan mendorong percepatan kebangkitan sektor riil dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara umum pembangunan bidang ekonomi adalah: 1) semakin tertatanya kelembagaan ekonomi dan semakin kondusifnya iklim usaha di berbagai tingkatan; 2) semakin berkembangnya investasi, basis kegiatan sektor-sektor produksi dan ekspor non migas, serta meningkatnya peran UKM; 3) tetap terjaganya stabilitas moneter dan semakin kokohnya ketahanan sektor keuangan terutama keberlanjutan fiskal dan manajemen pengelolaan krisis; dan 4) menurunnya laju pengangguran dan berkurangnya jumlah penduduk miskin (UU RI no 36 tahun 2004).

Pengembangan industri perlu memperhatikan penilaian lokasi industri dengan tepat. Dewasa ini masalah lokasi usaha/industri merupakan suatu hal yang perlu direncanakan dengan baik, karena berkaitan langsung dengan produk yang dihasilkan perusahaan. Penempatan lokasi usaha/industri dengan

tepat, perusahaan akan memperoleh berbagai keuntungan, misalnya persaingan, pengadaan bahan, kemampuan pelayanan terhadap konsumen, dan izin sebagaimana pemilihan lokasi usaha yang tidak tepat dapat mengakibatkan perusahaan sulit mendapatkan keuntungan.

Untuk dapat menentukan lokasi industri dengan tepat perlu memperhatikan faktor-faktor geografi ekonomi yang berpegang pada aspek kewilayahan dan kelingkungan dalam konteks keruangan. Kegiatan ekonomis sepanjang tahun pasti sedikit banyak tergantung dari kondisi permukaan bumi yang berupa topografi, iklim, tanah, air tanah, itu semua akan mempengaruhi produksi, transportasi, pemasaran produksi wilayah (Daldjoeni, 1991: 9)

Manusia memiliki ciri bergerak, Pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat yang lain, baik untuk memenuhi kebutuhan ekonomi maupun untuk memenuhi kebutuhan sosial lainnya, dapat dievaluasi secara geografi

Tingkah laku manusia dalam bentuk gerak perpindahan tadi, berhubungan dengan faktor-faktor geografi meliputi faktor fisis (bentuk permukaan bumi, elevasi, vegetasi, keadaan cuaca,) yang mempengaruhi gerak berpindah yang dilakukan manusia, dan faktor non fisis (alat transportasi, kegiatan ekonomi, biaya transportasi, kondisi jalan, dan kondisi sosial budaya setempat) yang mendorong manusia untuk beranjak dari tempat asalnya.

Interaksi keruangan tidak hanya terbatas kepada gerak pindah dari manusianya, melainkan juga menyangkut barang dan berita yang menyertai tingkah laku manusia (Nursid,1981:147).

Perusahaan Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika terletak di desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan Provinsi Jawa Tengah. Jarak lokasi industri sirup Kartika dengan pusat pemerintahan kecamatan adalah 200 meter, jarak antara lokasi industri sirup Kartika dengan ibukota kabupaten adalah 30 km, jarak lokasi industri sirup Kartika dengan ibukota provinsi adalah 35 km. Lokasi perusahaan ini terletak di jalan raya yang menghubungkan antara Semarang dengan Purwodadi, tepatnya di jalan Ahmad Yani No.89 Gubug dengan PO.BOX 001. Alasan pemilihan lokasi ini dianggap menguntungkan karena faktor tenaga kerja yang murah dan belum ada perusahaan yang sejenis.

Desa Gubug memiliki luas wilayah 316,5 km². Bentuk geografis desa Gubug merupakan lembah yang diapit dua pegunungan kapur yaitu pegunungan kendeng di bagian selatan dan pegunungan kapur utara di bagian utara. Berdasarkan peta topografi sheet 48/XL-B desa Gubug terletak pada lintang 7°04'LS-7°14'LS dan pada bujur 110°40'57"LS-110°47'27"BT.

PT. Kartika Polaswati Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan merupakan satu-satunya perusahaan sirup yang berkembang dengan baik. Apa yang menjadi faktor pendukung berkembangnya perusahaan tersebut?. Diprediksi volume produksi dan penjualan suatu industri dipengaruhi oleh adanya faktor lokasi, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran. Hal ini menjadi kajian geografi ekonomi yang membahas aktivitas ekonomi manusia dengan sudut pandang keruangan, kaitannya dengan faktor lokasi jarak dan untuk mengetahui informasi keberadaan usaha industri sirup

P.T. Kartika Polaswasti Mahardika terhadap pendapatan masyarakat di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut di atas maka penulis mengajukan tema skripsi “Suatu Tinjauan Geografi Ekonomi Terhadap Volume Penjualan Industri Syrup (Studi Kasus PT.Kartika Polaswasti Mahardhika Di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan)”

B. Penegasan Istilah

Hal ini dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan yang diteliti sehingga jelas batasannya, menghindari kesalahan dalam penafsiran judul, memudahkan dalam pengungkapan isi dan maksud serta berbagai pedoman dalam penelitian.

1. Tinjauan

Tinjauan adalah mempelajari, memeriksa, meneliti, menyelidiki, menelaah, dan memikirkan (Tim Penyusun KP3B, 1990 : 378).

Tinjauan dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan mengkaji untuk mengetahui gambaran suatu industri dengan membandingkan antara teori dan kenyataan.

2. Geografi Ekonomi

Geografi ekonomi adalah studi tentang variasi wilayah dimuka bumi yang mencakup aktifitas manusia, meliputi : produksi, konsumsi, dan distribusi dalam hubungannya dengan lingkungan tempat hidupnya (Alexander dan Gibson, 1979 : 6)

3. Volume Penjualan

Penjualan menurut Basu Swasta dan Irawan (1990 ; 2) adalah suatu usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah ada / dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama. Dengan pengertian diatas, maka penjualan dilakukan oleh perusahaan dengan menawarkan produknya kepada konsumen yang membayar sejumlah uang sesuai dengan harga produk tersebut dan atas persetujuan bersama. Jadi volume penjualan merupakan besarnya penjualan yang dipakai dalam periode tertentu yang dapat dinyatakan dalam unit barang.

4. Industri Syrup

Industri adalah perusahaan yang mengolah barang setengah jadi menjadi barang jadi. (Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1990 : 330). Syrup adalah barang atau hasil produksi yang berupa minuman. Industri syrup dalam penelitian ini adalah suatu industri atau perusahaan yang barang produksinya berupa minuman.

5. Studi Kasus

Studi kasus adalah pendekatan untuk meneliti gejala sosial dengan menganalisis satu kasus secara mendalam dan utuh (kamus besar bahasa Indonesia, 1995: 965). Yang dimaksud studi kasus dalam penelitian ini adalah pendekatan untuk menganalisis kasus-kasus secara mendalam tentang lokasi, bahan baku, tenaga kerja, pemasaran dan peranannya terhadap volume penjualan di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika Di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

Sementara itu dalam penelitian ini akan mengkaji hal – hal sebagai berikut :

1. Lokasi Usaha

Lokasi usaha yang akan dibicarakan adalah lokasi relatif dari industri sirup dan faktor – faktor yang dapat menunjang keberhasilan usaha tersebut.

2. Bahan baku

Bahan baku adalah bahan atau barang yang diperlukan dalam kegiatan produksi sehingga menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

3. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah setiap orang laki/ wanita yang sedang dan dalam/ atau akan melakukan pekerjaan, baik di dalam maupun diluar hubungan kerja guna menghasilkan barang/ jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan. 1998. Jakarta.

4. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan kepada konsumen (William Basus Swastha 1997 : 7).

Yang dimaksud judul dalam penelitian ini adalah kajian secara khusus tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap volume penjualan. Faktor-

faktor secara lebih mendalam meliputi lokasi, bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran.

C. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini yaitu : Faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

Dari permasalahan tersebut di atas dapat diuraikan ke dalam permasalahan yang lebih khusus yaitu :

1. Seberapa jauh peranan lokasi dalam mendukung perkembangan volume penjualan Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan ?
2. Seberapa jauh besar bahan mentah mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan ?
3. Seberapa jauh tenaga kerja mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug,, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan ?
4. Seberapa jauh pemasaran mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kontribusi:

- a. Faktor lokasi mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan.
- b. Faktor bahan mentah mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan.
- c. Faktor tenaga kerja mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan.
- d. Faktor pemasaran mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Melalui penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat menambah wawasan tentang bidang studi geografi pada umumnya dan geografi ekonomi pada khususnya yang diterima di bangku perkuliahan.
- b. Secara praktis dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan sebagai bahan kajian terhadap industri sirup P.T.Kartika yang keberadaannya ditinjau dari geografi ekonomi.

E. Sistematika Penulisan skripsi

Isi skripsi ini terdiri dari bagian awal skripsi, bagian isi, dan bagian akhir skripsi, dengan sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

Bagian awal dari skripsi berisi judul, abstrak, lembar pengesahan, kata pengantar, daftar isi, daftar lampiran, daftar tabel, dan daftar peta.

Bagian isi terdiri dari Pendahuluan, Landasan Teori, Metodologi Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan, dan Kesimpulan.

Bab I. Pendahuluan membahas beberapa alasan yang mendasari penulisan, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika skripsi.

Bab II. Landasan Teori berisi teori-teori yang mendukung penelitian, yaitu: Geografi Ekonomi dan Industri Syrup dengan beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan meliputi Lokasi, Bahan baku, Tenaga kerja, pemasaran serta Interaksi keruangan.

Bab III. Metodologi Penelitian disajikan mengenai pendekatan penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisa data

Bab IV. Hasil penelitian dan pembahasan yang mengungkap deskriptif hasil penelitian, uji hipotesis dan pembahasannya.

Bab V. Penutup berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran sehubungan dengan pembahasan yang ada dalam penelitian.

Bagian akhir dari skripsi ini adalah daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Geografi Ekonomi

Dalam seminar dan loka karya yang diadakan tahun 1988 / 1989 di Semarang, para ahli geografi Indonesia sepakat untuk menguraikan definisi geografi sebagai ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kelingkungan atau kewilayahan dalam konteks keruangan (IKIP Semarang, 1989: 4). Definisi ini mengisyaratkan bahwa geografi memusatkan perhatiannya pada gejala / fenomena di muka bumi baik pada litosfer, hidrosfer, atmosfer maupun biosfer dalam sudut pandang kelingkungan atau kewilayahan, tetapi senantiasa dalam keterkaitan keruangan.

Seminar tersebut juga menyepakati sepuluh (10) konsep esensial geografi sebagai ciri ilmu dan pengajaran geografi. Kesepuluh konsep esensial geografi tersebut adalah (a) konsep lokasi, (b) konsep jarak, (c) konsep keterjangkauan, (d) konsep pola, (e) konsep morfologi, (f) konsep nilai kegunaan, (g) konsep aglomerasi, (h) konsep interaksi dan interdependensi, (i) konsep diferensiasi areal (struktur keruangan/ distribusi keruangan, (j) konsep keterkaitan keruangan (proses keruangan).

Menurut Bintarto (1984) Geografi mempelajari hubungan kausal gejala-gejala muka bumi, baik fisik maupun makhluk hidup beserta

permasalahannya melalui pendekatan keruangan, ekologi, dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan. Batasan Geografi ini mengandung arti bahwa studi geografi merupakan pengkajian keilmuan, gejala dan masalah geografi

Geografi dibedakan menjadi dua yaitu geografi fisik dan geografi manusia. Geografi fisik menurut Nursid yaitu cabang geografi yang mempelajari gejala fisik dari permukaan bumi. Sedang geografi manusia yaitu cabang geografi yang bidang studinya aspek keruangan gejala di permukaan bumi dengan mengambil manusia sebagai obyek pokoknya. (Sumaatmaja,1988:52-53).

Nursid (1988:54) mendefinisikan geografi ekonomi sebagai cabang geografi manusia yang bidang studinya struktur aktivitas keruangan ekonomi sehingga titik berat studinya adalah aspek keruangan struktur ekonomi manusia yang di dalamnya bidang pertanian, industri-perdagangan-komunikasi-transportasi dan lain sebagainya. Sedangkan H. Robinson (1979) mengartikan geografi ekonomi sebagai ilmu yang membahas mengenai cara-cara manusia dalam kelangsungan hidupnya berkaitan dengan aspek keruangan, dalam hal ini berhubungan dengan eksplorasi sumber daya alam dari bumi oleh manusia, produksi dari komoditi (bahan mentah, bahan pangan, barang pabrik) kemudian usaha transportasi, distribusi, konsumsi (Suharyono, 1994 : 34).

Penelitian di perusahaan sirup ini merupakan tinjauan dari segi geografi khususnya geografi ekonomi. Geografi ekonomi merupakan cabang dari

geografi manusia di mana bidang studinya adalah struktur keruangan aktivitas ekonomi (Miller,1984) . Geografi sebagai studi variasi keruangan di permukaan bumi di mana manusia melakukan aktivitas yang berhubungan dengan produksi, pertukaran dan pemakaian sumber daya demi kesejahteraannya. (Alexander,1963)

Dengan demikian perbincangan pokok Geografi Ekonomi adalah aspek keruangan struktur ekonomi manusia antara lain termasuk di dalamnya bidang pertanian dalam arti luas seperti pertambangan, industri, perdagangan, pelayanan, transportasi dan komunikasi. Sejalan dengan itu Miller dan Renner (1957) mengemukakan geografi ekonomi adalah studi tentang aktivitas-aktivitas ekonomi dan hubungannya dengan lingkungan fisik

2. Industri

Industri dalam arti luas adalah seluruh kegiatan manusia yang produktif, jadi di sini industri meliputi juga industri pertanian, industri peternakan, pertambangan, dsb. Sedangkan dalam arti sempit industri dapat diartikan dengan bagian dari proses produksi yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi.

Faktor yang menunjang dalam perindustrian di Indonesia.

- a. Jumlah penduduk Indonesia sangat banyak (sebagai tenaga kerja dan pemasaran/konsumen)
- b. Suasana industri yang baik
- c. Jaringan komunikasi dan transportasi yang mantap.

- d. Terjaminnya persediaan bahan mentah (hasil pertanian, hasil hutan, hasil laut, hasil tambang).
- e. Tersedianya tenaga energi
- f. Pasar dan sarana pasar yang baik
- g. Perangkat pengelola yang baik.
- h. Ketenteraman politik dan sosial.
- i. Posisi silang Indonesia yang strategis (memperlancar pemasaran ke negara tetangga)

Syarat-syarat berdirinya suatu industri yaitu:

- a. Tersedianya bahan mentah
- b. Tersedianya modal
- c. Tersedianya sumber tenaga seperti tenaga dari minyak bumi, batu bara, air, dan sebagainya.
- d. Adanya tenaga buruh (termasuk tenaga ahli)
- e. Tempat pemasaran bagi hasil industri
- f. Tersedianya sarana dan prasarana transportasi
- g. Lokasi yang baik (Sandy, 1985 : 158).

Industri di Indonesia dapat digolong-golongkan dalam beberapa macam kelompok. Untuk mengetahui apakah suatu industri itu masuk dalam kriteria tertentu, para ahli menggunakan kriteria yang berbeda-beda.

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat), yaitu:

- a. Industri rumah tangga, jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang

- b. Industri kecil, jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang
- c. Industri menengah, jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang
- d. Industri besar, jumlah tenaga kerja lebih dari 99 orang (BPS,1999:3).

Berdasarkan penyelenggaraannya, industri dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a. Industri besar, mempunyai ciri-ciri:
 - 1) Modal yang digunakan besar, bisa berasal dari pemerintah, swasta nasional, patungan ataupun modal asing.
 - 2) Menggunakan mesin-mesin modern dalam produksinya
 - 3) Tenaga kerja yang digunakan merupakan tenaga kerja terdidik, yang termasuk didalam industri besar adalah industri sirup, industri tekstil, industri kertas, industri pengolahan kayu, industri otomotif, dan lain-lain.
- b. Industri rakyat/industri kecil yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:
 - 1) Produksinya banyak menggunakan tenaga
 - 2) Menggunakan alat-alat dan teknik sederhana
 - 3) Tempat produksi dilakukan di rumah
 - 4) Upah pekerjanya rendah

Yang termasuk di dalam industri rakyat/kecil ini adalah industri tenun, industri batik, industri anyaman, industri kerajinan kulit dan lain-lain .

Perusahaan sirup sebagai salah satu bentuk aktivitas ekonomi luar pertanian penduduk pedesaan, merupakan perwujudan dari hubungan dinamis manusia dengan lingkungan di mana ia tinggal (Bintarto, 1984). Kegiatan

industri sirup tidak timbul dengan sendirinya melainkan manusia yang mengembangkan melalui suatu proses untuk mengatasi masalah tenaga kerja dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Tujuan utama dari kebijaksanaan tenaga kerja secara rasional adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota masyarakat.

Dengan anggapan bahwa bekerja dapat menghasilkan sejumlah pendapatan, maka perluasan kesempatan kerja dapat meningkatkan pendapatan khususnya bagi rumah tangga berpenghasilan rendah (Rozani Nur Manaf, 1981).

Geografi ekonomi dalam kajiannya mempelajari fakta-fakta, mencari sebab akibat, menelusuri kecenderungan dan pola dari kegiatan ekonomis manusia serta menjelaskan aneka pengaruh yang mewarnai produksi. Industri merupakan kegiatan pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi, atau pengolahan barang setengah jadi menjadi barang jadi yang lebih bermanfaat.

3. Volume Penjualan

Setiap perusahaan menghendaki adanya peningkatan kuantitas penjualan menurut Sutanto (1986: 9) penjualan merupakan usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama. Jadi volume penjualan merupakan besarnya penjualan yang dipakai dalam periode tertentu yang dapat dinyatakan dalam unit barang.

Volume penjualan / hasil penjualan merupakan banyaknya jumlah barang atau produk yang berhasil dijual dalam periode waktu tertentu. Dengan mengetahui tingkat penjualan diharapkan perusahaan mampu menganalisis dan meramalkan keuntungan dan tingkat penjualan pada tahun-tahun yang akan datang .

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Industri

Sebagain besar volume industri dipengaruhi oleh berbagai perubahan yang berlaku di bidang perindustrian, yang kaitannya dengan faktor keterjangkauan antara lokasi industri, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran.

a. Lokasi Industri

Lokasi merupakan tempat di mana industri melakukan kegiatan kerja yang dalam penentuannya tidak terlepas dari proses produksi maupun lokasi pasar yang dilayani perusahaan tersebut.

Faktor yang menentukan lokasi industri antara lain:

- 1) Bahan mentah
- 2) Tenaga kerja
- 3) Pasar
- 4) Sumber-sumber teknis dan produktif (air, listrik, dan lain-lain)
- 5) Alat pengangkutan
- 6) Inducement setempat (birokrasi).
- 7) Sifat-sifat khusus perusahaan (hasil produksi) (Sigit,1982:29).

Dalam studi Geografi yang studinya memperhatikan relasi lingkungan, tidak bisa lepas dari konsep lokasi. Lokasi merupakan konsep

utama yang menjadi ciri khusus dari pengetahuan geografi. Lokasi dapat dibedakan antara lokasi absolut dan lokasi relatif. Lokasi absolut suatu wilayah atau tempat yaitu lokasi yang berkenaan dengan posisi menurut garis lintang dan garis bujur. Sementara lokasi relatif suatu wilayah atau tempat oleh Nursid merupakan lokasi tempat atau wilayah yang bersangkutan berkenaan dengan berhubungan tempat / wilayah itu dengan faktor alam atau faktor budaya yang ada di sekitarnya (Sumaatmaja,1988:118-119).

Industri merupakan kegiatan pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi, atau pengolahan barang setengah jadi menjadi barang jadi ataupun mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang lebih bermanfaat. Pemilihan lokasi industri ditetapkan berdasarkan bermacam-macam orientasi. Keputusan lokasi yang bersangkutan, ada yang berorientasi kepada energi, tenaga kerja, pasar, bahan baku, dan ada pula yang berorientasi pada kemajuan teknologi. Dasar orientasi keputusan tersebut terutama ditekan kepada biaya transportasi yang terendah (Sumaatmaja,1988:129).

Dalam menentukan lokasi suatu industri untuk memperoleh perkembangan memerlukan perencanaan yang baik, karena berkaitan dengan produk yang dihasilkan.

Menurut Weber, tiga faktor utama penentu lokasi adalah material dan konsumsi, kemudian tenaga kerja. Semua itu ditimbang dengan biaya transportasi, dengan menggunakan beberapa asumsi demikian: (a) hanya

tersedia satu jenis alat transportasi, (b) tempat berproduksi (lokasi pabrik) hanya pada satu tempat, (c) jika ada beberapa bahan mentah, asalnya itu dari beberapa tempat.

Dengan menggunakan tiga asumsi diatas, maka biaya transport akan tergantung dari dua hal: bobot barang dan jarak pengangkutan. Jika yang menjadi dasar penentuan itu bukan bobot, melainkan volume, maka yang menentukan biaya pengangkutan adalah volume barang dan jarak pengangkutan (Daldjoeni, 1992, 64).

Penerapan teori Weber di Indonesia menggunakan cara- cara sebagai berikut:

- 1) Pemilihan wilayah secara umum, berdasarkan faktor dasar meliputi dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, tersedia fasilitas umum, serta kondisi iklim dan lingkungan .
- 2) Memilih industri pada masyarakat tertentu dengan didasarkan pada tersedianya tenaga kerja yang cakap dalam jumlah dan sesuai skill yang dibutuhkan, tingkat upah yang murah, adanya kerja sama yang baik antara perusahaan yang ada, peraturan daerah yang menunjang dan kondisi kehidupan masyarakat yang mendukung.
- 3) Memilih lokasi tetentu menyangkut luas tanah yang diperlukan untuk kegiatan industri, topografi daerah untuk kesesuaian bangunan dan kemudahan dalam transportasi barang- barang kebutuhan industri (Dekdikbud, 1989:84-85).

Untuk menentukan efektifitas lokasi dapat digunakan pula teori lokasi Von Thunen. Teori ini mempertimbangkan antara biaya produksi, biaya pengangkutan dan hasil penjualan, dan di rumuskan:

$$K = N - (P+A)$$

Keterangan:

N = hasil produksi

P = biaya produksi

A = biaya pengangkutan

K = keuntungan

Apabila nilai K cenderung positif maka dapat disimpulkan bahwa lokasi tersebut efektif untuk usaha (Marsudi Djojodipuro, 1992: 150). Dalam kajian penelitian ini digunakan teori Von Thunen untuk mengetahui peranan lokasi terhadap volume penjualan.

b. Bahan Mentah/Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan dasar yang penting dalam usaha perindustrian. Bahan baku merupakan faktor yang penting dalam proses produksi. Tersedianya bahan baku dalam jumlah yang cukup berkesinambungan dan harga yang relatif murah akan memperlancar produksi yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah produksi.

Industri berkepentingan dengan tersedianya bahan baku / bahan mentah ataupun barang setengah jadi, dengan ketentuan mudah didapat, tersedianya sumber yang dapat menunjang usahanya untuk jangka panjang, harganya layak, sesuai dengan kualitas yang diharapkan artinya

bila diolah hasilnya baik, dengan biaya pengangkutan murah atau layak (Kertasapoetra, 1987 : 73).

Bahan baku sebagai bahan antara dalam kegiatan produksi perlu mempertimbangkan hal-hal yang menyangkut :

- 1) Jumlah kebutuhan bahan baku selama satu periode
- 2) Kelayakan harga barang
- 3) Kontinuitas persediaan barang
- 4) Kualitas bahan baku
- 5) Biaya pengangkutan (Ahyari,1979:10).

Pertimbangan bahan baku seperti mudah rusaknya bahan baku, ukuran berat, dan volume secara langsung berpengaruh terhadap ongkos transportasi dan proses produksinya. Usaha produksinya yang menggunakan bahan baku yang mudah rusak seperti ikan dan susu akan lebih menguntungkan apabila memilih lokasi dekat dengan bahan baku dari pada usaha produksi yang menggunakan bahan baku tahan lama seperti pembuatan tempe. Untuk usaha produksi tempe, mengingat sifat tempe yang cepat rusak, maka lebih tepat bila memilih lokasi dekat dengan pasar, meskipun biaya transportasi tinggi. Begitu pula halnya dengan industri Syrup PT.Kartika Polaswasti Mahardhika yang dalam produksinya dibutuhkan bahan-bahan yang mempunyai sifat tidak tahan lama, karena dikhawatirkan akan cepat busuk, maka lebih tepat memilih lokasi dekat dengan bahan baku.

Dalam proses produksi Perusahaan Syrup menggunakan bahan baku dan peralatan sebagai berikut:

- 1) Gula pasir yaitu merupakan bahan baku utama dalam pembuatan Syrup. Mutu dari Syrup dipengaruhi oleh kualitas dari gula pasir yang digunakan.
- 2) Air, air ini diperhatikan keseimbangan PH-nya dan kejernihan dari pada air itu sendiri.
- 3) Flavour, merupakan bahan penolong untuk memberikan aroma tertentu pada Syrup sesuai dengan produk yang diinginkan.
- 4) Pewarna, merupakan bahan pembantu untuk memberikan warna yang lebih cerah sesuai dengan warna flavor.
- 5) Asam Benzoat, merupakan bahan untuk memperpanjang masa simpan (pengawet) Syrup yang diproduksi, sering digunakan dalam bentuk garam yang disebut Natrium Benzoat.
- 6) Asam Sitrat, merupakan bahan pembantu untuk mendapatkan rasa syrup. Fungsi asam sitrat ini untuk mencegah perubahan warna yang ada pada syrup.
- 7) Pemanis buatan, untuk memberikan rasa yang lebih manis lagi sehingga bahan ini dapat menjadi alternatif mengurangi gula.
- 8) Pengental, zat pengental yang digunakan untuk pembuatan syrup adalah CMC (Carboxymethyl Cellulose). Fungsi ini untuk menstabilkan, memekatkan dan mengentalkan makanan atau minuman yang dicampur dengan air.

Sedangkan peralatan yang digunakan adalah:

- 1) Tungku
- 2) Wajan atau kual
- 3) Bak pencucian botol
- 4) Mesin mixer untuk mengaduk bahan.
- 5) Mesin pemasang botol.

c. Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah penduduk yang berusia antara 15 – 54 tahun, yaitu mereka yang diperkirakan masih memiliki kemampuan melakukan kegiatan ekonomi (Amien, 1986:31). Tenaga kerja adalah setiap orang laki/ wanita yang sedang dalam dan / atau akan melakukan pekerjaan, baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (UU Ketenagakerjaan No. 25 Tahun 1997).

Menurut Sunarto (1989: 4) batasan mengenai tenaga kerja meliputi penduduk yang berumur 14 tahun kecuali :

- 1) Anak-anak berusia dibawah 14 tahun.
- 2) Mereka yang berusia tinggi (usia lanjut), cacat jasmani dan rokhani sehingga tidak mampu untuk melakukan pekerjaan.
- 3) Mereka yang berusia 14 tahun tetapi masih sekolah untuk waktu penuh.
- 4) Mereka yang karena suatu hal tidak diperkenankan melakukan pekerjaan seperti pidana dan tahanan politik.

Menurut UU No.14 tahun 1969 pasal 1 tentang ketentuan – ketentuan pokok mengenai tenaga kerja adalah tiap-tiap orang yang mampu melakukan pekerjaan (di dalam atau di luar) hubungan kerja, guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Sunarto,1989:3-4). Dalam UU tersebut juga dijelaskan tentang pengertian buruh, yaitu para pekerja yang bekerja pada perusahaan serta harus tunduk pada perintah dan peraturan yang diadakan oleh perusahaan atau majikan yang bertanggung jawab atas lingkungan perusahaannya,dimana tenaga kerja itu akan memperoleh upah dan jaminan hidup lainnya yang wajar (Sunindhia,1987:15-16).

Untuk mendapatkan tenaga kerja yang terbaik dapat ditempuh dengan dua cara, yaitu:

- 1) Cara formal atau resmi, dapat dilakukan melalui bantuan kantor penempatan tenaga kerja yang ada didaerah-daerah lembaga pendidikan atau bursa kerja.
- 2) Cara non formal/tidak resmi, dapat dilakukan melalui perantara pegawai yang sudah ada, rekan-rekan atau melalui iklan (Singgih,1990:40).

Tenaga kerja merupakan tenaga penggerak dalam proses kegiatan produksi, karena tanpa keberadaannya maka proses produksi tidak akan berlangsung. Faktor tenaga kerja ini menyangkut dua segi, yaitu kuantitatif (banyaknya tenaga kerja) dan kualitatif (ketrampilan yang dimiliki). (Daldjoeni,1992:59).

Secara kualitatif, tenaga kerja dapat dibedakan menjadi:

- 1) Tenaga kerja terdidik, yakni tenaga kerja yang memerlukan pendidikan

Dalam industri sirup ini tenaga kerja tersebut adalah bagian staf direksi dan karyawan dalam bagian-bagian tertentu yang memerlukan pendidikan terlebih dahulu.

- 2) Tenaga kerja terlatih, yakni tenaga kerja yang memerlukan latihan-latihan terlebih dahulu, dalam industri sirup ini tenaga terlatih seperti: bagian pencucian, bagian mesin, bagian pemasangan logo, dan lainnya yang memerlukan latihan.
- 3) Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih, dalam hal ini seperti pelayan, pesuruh dan sebagainya (Haryonoto,1995:17).

Untuk dapat memilih tenaga kerja yang baik diperlukan persyaratan tertentu, meliputi:

- 1) Keahlian, mencakup pendidikan dan pengalaman .
- 2) Umur.
- 3) Jenis kelamin.
- 4) Kondisi fisik dan kesehatan.
- 5) Kejujuran dan kondisi mental (Singgih,1980:39).

Adapun sistem upah yang diberikan atau yang digunakan oleh pengusaha, yaitu: (1) upah menurut waktu, yakni cara penetapan upah, dimana waktu kerja buruh merupakan ukuran untuk menetapkan besarnya upah. Jadi tidak tergantung dari banyaknya prestasi kerja yang telah

dihasilkan oleh buruh selama waktu kerja. (2) upah menurut prestasi, yaitu penetapan upah, dimana hasil prestasi kerja dari buruh merupakan ukuran untuk menetapkan besarnya upah. Jadi tidak tergantung dari lamanya kerja. Salah satu sistem upah menurut prestasi dalam industri sirup Kartika Polaswasti Mahardhika yaitu bagian pencucian botol dalam waktu satu hari, semakin banyak botol yang dapat dicuci semakin besar upah yang akan diterimanya (Adikoesumah,1982:59).

Upah atau pendapatan bagi buruh biasanya dibedakan berdasarkan atas ketrampilan yang dimilikinya, secara umum dapat dibedakan bahwa buruh tanpa ketrampilan mendapat imbalan lebih rendah dibanding buruh yang memiliki ketrampilan (Susanto,1985:188).

d. Pemasaran

Menurut W.J. Stanton dalam Swastha (1985 : 5) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Pemasaran menurut Basu Swastha (1970) adalah tindakan-tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan barang produksi dari tangan produsen ke tangan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pemasaran merupakan salah satu hal yang pokok dalam suatu usaha, karena tanpa adanya pemasaran barang yang dihasilkan tersebut tidak

akan dapat terjual dan diketahui secara umum (dalam hal ini adalah konsumen). Jadi pemasaran bertujuan mendistribusikan atau menyampaikan barang kepada konsumen

Kegiatan memasarkan produk, perusahaan tidak dapat terlepas dengan saluran distribusi yang digunakan, dengan pemilihan dan penetapan saluran distribusi yang tepat perusahaan akan dapat mencapai tingkat efisiensi dan efektifitas pemasaran produk sehingga akan dapat mencapai keuntungan maksimal.

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen/pemakai industri (Basu Swastha,1997:190). Saluran distribusi melalui manajemen pemasaran yaitu proses perencanaan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga,promosi dan distribusi dari barang-barang atau jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi (Kotler, 1995:16).

Pemasaran terdapat biaya distribusi, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau menyampaikan barang ke pasar, meliputi biaya tenaga kerja, biaya angkut, biaya perjalanan, biaya telepon, pajak, biaya administrasi dan promosi, dan lain-lain. Peranan pemasaran sangatlah penting bagi suatu industri, dan mempunyai arti peranan yang cukup banyak bagi

perusahaan, sehingga hasil produksi dapat diterima masyarakat dan perusahaan akan mendapat keuntungan besar.

Untuk mengetahui kemajuan perusahaan dalam periode tertentu, dapat diketahui melalui volume penjualan/hasil penjualan merupakan banyaknya jumlah barang/produk yang berhasil dijual dalam periode waktu tertentu. Dengan mengetahui tingkat penjualan diharapkan perusahaan mampu menganalisa dan meramalkan keuntungan dan tingkat penjualan pada tahun-tahun yang akan datang.

B. Analisa Interaksi Keruangan

1. Gerakan dalam Geografi

Penduduk memiliki ciri bergerak, hal ini tidaklah disebabkan karena ia dengan kemauannya sendiri dapat pergi ke tempat lain secara sadar, tetapi juga karena ia mampu menggerakkan (memindahkan) berbagai barang dan gagasan ke alamat lain. Ia pun mampu menerima pemindahan barang dan gagasan (informasi) yang diperlukannya.

Setiap hari jutaan manusia berpindah (bergerak) diantaranya karena pekerjaannya; setiap hari kantor pos mengirim surat dan barang serta berbagai informasi. Juga terjadi pengiriman (transportasi) barang lewat angkutan darat, laut, udara. Masih ada jenis pemindahan yang lain yaitu energi misalnya arus listrik, serta pemindahan lewat pipa seperti gas, air, minyak bumi.

Selain bentuk arus perpindahan diatas, tersedia tiga bentuk utama yaitu: (a) migrasi, jika menyangkut arus manusia, (b) komunikasi, jika menyangkut gerakan/perpindahan gagasan dan informasi, (c) transportasi, jika menyangkut materi dan energi

2. Interaksi Keruangan

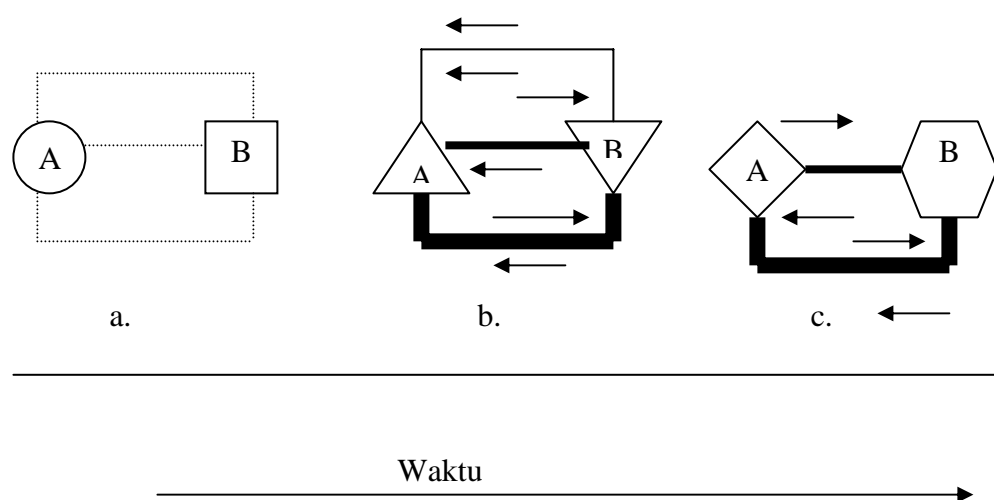
a. Faktor terjadinya Interaksi Keruangan

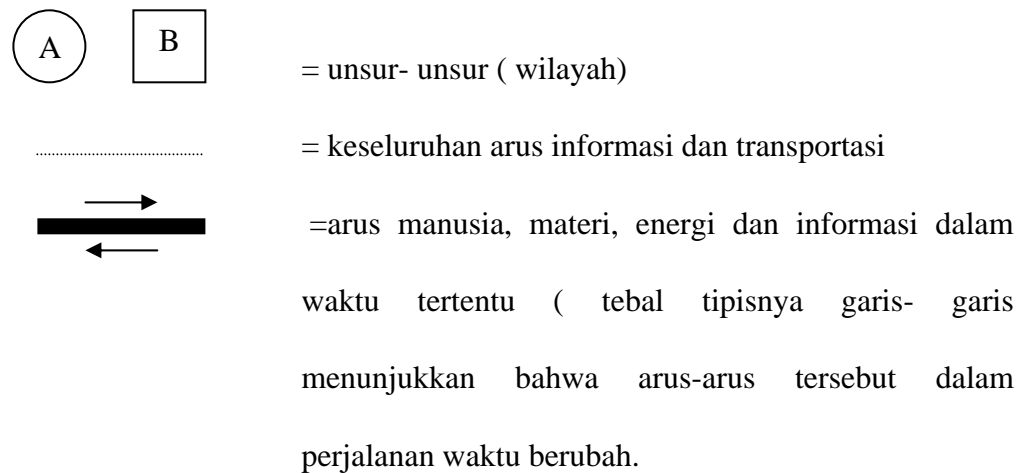
1. Komplementaritas regional yaitu adanya region yang berbeda kemampuan sumberdayanya, disuatu pihak surplus dan dilain pihak minus. Kondisi ini memberikan kemungkinan terjadinya pengaliran yang besar dan meningkatkan perpindahan arus. Kondisi ini memberikan kemungkinan terjadinya pengaliran arus perpindahan yang besar. Komplementaritas antar dua kota atau kelompok manusia berkaitan dengan permintaan dan penawaran.
2. Kesempatan berintervensi yaitu: adanya kemungkinan perantara yang dapat menghambat terjadinya perpindahan barang atau manusia.
3. Kemudahan transfer dalam ruang (*spatial transferability*) adalah fungsi jarak yang diukur dalam biaya dan waktu yang nyata. Komoditi tertentu yang dibutuhkan sesuatu daerah dari daerah lain yang tertentu pula, memiliki daya transfer yang tinggi, jarak yang ditempuh, biaya angkut yang memadai, dan transportasi yang lancar merupakan kemudahan transfer dalam ruang yang menjamin lancarnya interaksi.

b. Pengertian Interaksi Keruangan

Ilmu Geografi yang mencakup arus manusia, materi, informasi, dan energi dicakup dalam pengertian interaksi keruangan, yang tercakup pula saling keterlibatan antara gejala-gejala yang ada saling berpengaruh, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gbr. 2.1. Interaksi





Pada gambar nampak terlihat arus, kerjasama dan saling pengaruh :

Gambar a. menyajikan kesalingterlibatan yang terdapat antara dua gejala melalui sifat-sifatnya, keduanya berfungsi komplementaris, yaitu saling melengkapi.

Gambar b. terjadinya arus yang berupa migrasi, komunikasi dan transportasi

Gambar c sambil mengarungi waktu, dapat karena adanya arus migrasi, komunikasi, transportasi (manifestasi keruangan dari interaksi melalui pengaruh terjadi perubahan dalam hal lokasi dan sifat- sifat gejala- gejala yang saling terlibat dan juga dalam arus itu sendiri.

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa interaksi keruangan merupakan suatu permulaan dari usaha menerangkan lokasi dari gejala- gejala, distribusinya (pembagian, sebaran dalam ruang) dan difusinya (persebaran, perluasan).

Interaksi keruangan menurut Daldjoeni (1991;197) merupakan suatu pengertian yang dalam geografi sosial dipakai untuk mendapatkan gambaran yang

jelas mengenai pengaruh keruangan dari relasi yang ada antara manusia dengan manusia serta antara manusia dengan lingkungannya yang dinyatakan pada arus manusia, materi, informasi, energi, sehingga menjadikan dasar untuk menerangkan gejala- gejala lokasi, relokasi, distribusi, difusi.

C. Hipotesis

Berdasarkan kajian teoritis dapat dirumuskan hipotesis bahwa faktor lokasi, bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran mendukung perkembangan volume penjualan industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini dilaksanakan dengan menggunakan study kasus, yaitu pendekatan posisi memandang objek kajian sebagai suatu sistem, artinya objek kajian dilihat sebagai satuan yang terdiri dari unsur yang saling terkait dan mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada (Arikunto, 1993: 209).

Penelitian menggunakan pendekatan kasus karena permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini mengungkap dan mendeskripsikan satu objek yaitu industri sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

Data yang digunakan berupa data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif digunakan untuk mengungkap gambaran secara jelas dan mendalam tentang fakta yang ada di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug yang meliputi data kualitatif yang berkaitan lokasi, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran, sedangkan pendekatan kuantitatif mengungkap tentang data yang berkaitan dengan angka-angka seperti jumlah dan persentase dari bahan baku, tenaga kerja, pemasaran dan volume penjualan.

B. Variabel Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan Sirup Kartika Polaswasti Mahardhika. Variabel yang diukur meliputi variabel bebas yaitu bahan baku, tenaga kerja, pemasaran dan lokasi sebagai variabel bebas dan variabel terikat

yaitu industri sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika yang dilihat dari volume penjualan. Volume penjualan sebagai tolok ukur industri sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika sebab tujuan utama industri tersebut adalah untuk memperoleh keuntungan yang dapat dilihat dari hasil atau volume penjualannya.

1. Lokasi

Untuk mengungkap strategis tidaknya lokasi terhadap peningkatan volume penjualan, menurut teori lokasi Von Thunen tergantung pada tiga variabel yaitu biaya produksi, biaya pengangkutan dan hasil penjualan, yang dinyatakan:

$$K = N - (P+A)$$

Keterangan:

N = hasil produksi

P = biaya produksi

A = biaya pengangkutan

K = keuntungan (laba)

Apabila nilai K cenderung positif maka dapat disimpulkan bahwa lokasi tersebut efektif untuk usaha (Marsudi Djojodipuro, 1992: 150)

2. Bahan Baku

Faktor bahan baku atau bahan mentah yang digunakan untuk memproduksi sirup. Variabel pertama terdiri dari indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Lokasi pengadaan bahan baku.
- b. Jumlah / berat bahan baku selama satu bulan

- c. Frekuensi pengadaan bahan baku
- d. alat transportasi
- e. biaya pengakutan pengadaan bahan baku

3. Tenaga Kerja

Variabel kedua terdiri dari indikator- indikator sebagai berikut :

- a. Jumlah dan jenis kelamin
- b. Tingkatan umur
- c. Tingkat pendidikan
- d. Asal (jarak) tenaga kerja
- e. Upah
- f. Alat transportasi yang digunakan

4. Pemasaran

Variabel ketiga terdiri dari indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Jenis produksi sirup yang dipasarkan
- b. Daerah lokasi pemasaran
- c. Saluran distribusi dan jumlah perantara yang digunakan
- d. Biaya distribusi dan volume penjualan.
- e. Alat transportasi yang digunakan.

C. Metode Pengumpulan Data

Data merupakan unsur penting dalam suatu penelitian, data yang diperoleh harus sesuai dengan fakta dan dapat diuji kebenarannya. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas.

Data tersebut meliputi : data tentang daerah pemasaran, lembaga yang terkait dalam distribusi barang, saluran pemasaran, dan biaya-biaya saluran pemasaran pada PT.Kartika Polaswasti Mahardhika.

b. Data Sekunder.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui study kepustakaan yang ada pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika mengenai catatan dan arsip mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi, proses produksi dan lain-lain., sehingga dapat diketahui gambaran dan kondisi industri tersebut dengan jelas.

2. Sumber data

Sumber data yang diperoleh melalui:

a. Bagian administrasi yaitu data yang berasal dari studi kepustakaan dan literatur yang ada pada PT.Kartika Polaswsti Mahardhika, misalnya data tentang sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, bahan baku, tenaga kerja.

b. Bagian pemasaran yaitu data tentang pemasaran dan penjualan produk dan data tentang penggunaan pemilihan saluran produksi.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode observasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan tenaga kerja dan proses produksi industri dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan dengan melakukan pencatatan yang sekiranya dapat mendukung penelitian.

b. Metode wawancara

Merupakan teknis pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait seperti pegawai administrasi dan bagian pemasaran pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Metode ini dilakukan untuk memperoleh data penelitian. Adapun sumber informan data penelitian terdiri dari:

1) Bagian administrasi

Melalui informan ini peneliti dapat mengungkap dan mencari data berkaitan sejarah, struktur organisasi dan data kepegawaian (tenaga kerja).

2) Bagian pemasaran

Melalui pegawai bagian pemasaran diperoleh data tentang sistem pemasaran, saluran distribusi dan biaya pemasaran, volume penjualan.

3) Bagian produksi

Melalui pegawai bagian produksi diperoleh data tentang macam bahan baku, jumlah bahan baku, proses produksi, tempat

pembelian bahan baku, frekuensi pengadaan bahan baku dan biaya pengangkutan bahan baku.

c. Metode Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data melalui buku-buku perpustakaan secara umum yang ada kaitannya dengan masalah-masalah tersebut.

D. Teknik Analisis Data

Untuk mengolah data yang diperoleh dalam penelitian menjadi informasi yang jelas, dapat dibaca, mengerti, dan diinterpretasikan, maka peneliti menempuh tiga tahap, yaitu

1. Pengecekan Data

Pengecekan data dilakukan dengan tujuan untuk meneliti dan mengoreksi data yang diperoleh dari penelitian, sehingga apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam pengisian dapat segera dilengkapi dengan menghubungi responden yang bersangkutan. Dengan demikian data yang diperoleh sesuai yang diharapkan.

2. Tabulasi Data

Data yang sudah lengkap, kemudian diklasifikasikan ke dalam tabulasi, sehingga akan mempermudah dalam menganalisa data dan pembahasan selanjutnya.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Teknik Deskripsi Eksplorasi

Teknik ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status fenomena. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan keadaan industri sirup PT. Skolaswati Mahardika.

b. Teknik Deskripsi Kualitatif

Teknik ini digunakan untuk memberikan deskripsi yang menyeluruh tentang variabel penelitian yang diteliti meliputi data tentang lokasi, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran, dimulai dari pengumpulan data sampai hasil penelitian.

c. Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, adapun yang menjadi variabel bebasnya lokasi, biaya bahan baku, jumlah tenaga kerja, biaya pemasaran dengan variabel terikatnya volume penjualan. Dalam perhitungan selanjutnya digunakan program SPSS release 10. Dari perhitungan tersebut diperoleh model persamaan regresi, uji keberartian koefisien regresi menggunakan uji t. Apabila diperoleh probabilitas kurang dari taraf kesalahan 5%, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Dalam perhitungan regresi ini juga diperoleh R-square yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran) terhadap variabel terikat (volume penjualan).

Model persamaan regresi linier yang diprediksi yaitu: $Y = a + bX$. Harga a dan b dapat dicari dengan menggunakan :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Langkah-langkah uji keberartian regresi linier :

1) Hipotesis

H_0 : koefisien arah regresi tidak berarti

H_1 : koefisien arah regresi berarti

2) Statistik

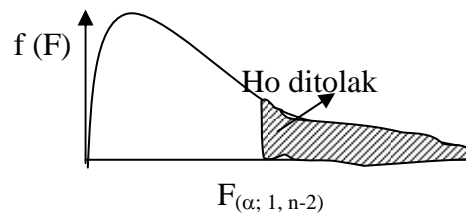
$$F = \frac{S_{\text{reg}}^2}{S_{\text{sisal}}^2}$$

Dengan:

$$S_{\text{reg}}^2 = \text{JK (b/a)}$$

$$S_{\text{sisal}}^2 = \frac{\text{JK (S)}}{n - 2}$$

Daerah kritik



$$\{ F \mid F > F_{(\alpha; 1, n-2)} \}$$

Keputusan Uji

Ho ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{(\alpha; 1, n-2)}$

Untuk menguji koefisien regresi yang diperoleh signifikan atau tidak digunakan uji t dengan rumus:

$$\text{Rumus: } t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

b_i : koefisien regresi

S_{b_i} : standart error optimasi

Dalam analisis data ini dilakukan analisis regresi antara bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran terhadap volume penjualan. Sebagai variabel bebas (X) yaitu bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran dan volume penjualan sebagai variabel terikat (Y). Di bawah ini adalah daftar Analisis varians untuk regresi linier :

Daftar Analisis Varians Untuk regresi linier :

Sumber Variasi	dk	JK	KT	F
Regresi (a)	1	$(\sum Y_i)^2 / n$	$(\sum Y_i)^2 / n$	$\frac{S^2_{reg}}{S^2_{res}}$
Regresi (b/a)	1	JK (b/a)	$S^2_{reg} = JK(b/a)$	
Residu	n-2	$\sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2$	$S^2_{res} = \frac{\sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2}{n-2}$	
Jumlah	n	$\sum Y_i^2$		

(Sudjana,1996:332)

d. Teori Gravitasi dan Interaksi Keruangan

Gravitasi dan Interaksi Sosial

Teori ini digunakan untuk menyatakan tentang besarnya interaksi keruangan (berpindahnya orang, barang, atau informasi antara dua tempat (pusat kegiatan industri syrup dengan daerah pemasarannya) dalam relasinya terhadap bobot (jumlah penduduk masing-masing) dari dua tempat itu dan terhadap jarak antaranya. Menggunakan interaksi ini dengan suatu anggapan bahwa kondisi jalan dan fasilitas kendaraan yang menghubungkan satu tempat dengan tempat lainnya adalah sama.

$$I = \frac{P_1 \cdot P_2}{d^2}$$

Di mana I= interaksi antara kedua region

$P_1 \cdot P_2$ = jumlah penduduk masing-masing region

D = jarak antara kedua region (Daldjoeni, 1991:204)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Kondisi Umum Daerah Penelitian

Kondisi umum daerah penelitian ini, meliputi: kondisi fisik (geografis) dan kondisi sosial ekonomi desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

a. Kondisi Geografis Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan

Dalam kondisi fisik yang diungkap pada daerah penelitian ini meliputi : letak dan batas wilayah, tata guna lahan, dan sarana prasarana fisik desa.

a. Letak

1) Letak Astronomis

Desa Gubug merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Berdasarkan peta topografi sheet 48 / XL-B, desa Gubug secara astronomis berada pada lintang $7^{\circ} 04''$ LS- $7^{\circ} 14''$ LS dan pada bujur $110^{\circ} 40' 57''$ LS- $110^{\circ} 47' 27''$ BT.

2) Letak Administrasi

Secara administratif Desa Gubug merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan Jawa Tengah

(lihat peta halaman 46). Letak desa Gubug dengan pusat pemerintahan kecamatan adalah 200 meter, sedangkan dengan pusat pemerintahan kabupaten adalah 30 km, dan dengan pusat pemerintahan propinsi adalah 35 km. Adapun batas administrasi desa Gubug adalah sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan desa Pranten Kecamatan Gubug
- b) Sebelah Selatan berbatasan dengan desa Kuwaron Kecamatan Gubug.
- c) Sebelah Barat berbataan dengan desa Tegowanu .Kecamatan Tegowanu
- d) Sebelah Timur berbatasan dengan desa Papan Rejo Kecamatan Gubug.

b. Kondisi Geografis

Desa Gubug merupakan bagian dari wilayah kabupaten daerah tingkat II Grobogan. Daerah ini memiliki ketinggian ± 11 meter diatas permukaan laut, dengan suhu rata-rata berkisar 30° C dengan curah hujan pertahun rata-rata 1,351 Mm (data monografi Desa Gubug tahun 2004).

Kondisi topografi pada lokasi industri sirup Kartika Polaswasti Mahardhika di desa penelitian berupa dataran rendah.

c. Tata Guna Lahan

Berdasarkan data monografi desa Gubug kecamatan Gubug tahun 2004 diketahui bahwa luas lahan di desa Gubug adalah 4.02,01 Ha.

Adapun jenis penggunaan lahannya, meliputi: tanah sawah yang terdiri dari sawah dengan irigasi teknis, sawah dengan irigasi $\frac{1}{2}$ teknis, sawah irigasi sederhana, sawah tadah hujan serta tanah kering yang terdiri pekarangan, tegalan / perkebunan, rawa, lain-lain. Pembagian penggunaan lahan di Desa Gubug secara jelas dapat dilihat pada tabel 4.1 dan peta pada lampiran.

Tabel 4.1. Luas Dan Jenis Penggunaan Lahan Di Desa Gubug Tahun 2004 (lihat peta halaman 48)

No.	Jenis Penggunaan Lahan	Luas Lahan (Ha)	Prosentase (%)
1.	Tanah Sawah		
	a) Irigasi Tekhnis	141,35	35,6
	b) Irigasi $\frac{1}{2}$ Tekhnis	10,00	2,5
	c) Irigasi Sederhana	48,92	12,2
2.	Tanah Kering		
	a) Pekarangan / bangunan	148,580	37,0
	b) Tegalan / Kebun	15,210	3,8
	c) Padang/ Gembala	-	
	d) Tambak / Kolam	-	
	e) Rawa	-	
	f) Tanah lain- lain (Sungai, Jalan, Kuburan, Saluran DLL.)	37,950	9,4
	Jumlah	402,01	100

Sumber : Monografi Desa Gubug tahun 2004.

Data tata guna lahan Desa Gubug yang tertera pada tabel diatas memperlihatkan bahwa sebagian besar yakni 148,580 berupa pekarangan / bangunan. Hal ini dikarenakan sebagian besar luas lahan didirikan pemukiman penduduk dan bangunan industri.

d. Sarana dan Prasarana Fisik Desa

Sarana dan prasarana pemerintahan yang dimiliki Desa Gubug antara lain: sebuah balai desa, kantor desa, LMD, tanah bengkok pamong desa dan tanah kas desa. Sarana dan prasarana tersebut digunakan untuk menjalankan aktifitas pemerintahan desa.

Sedang untuk menunjang kegiatan perekonomian penduduk, Desa Gubug memiliki sarana dan prasarana penunjang kegiatan ekonomi yaitu : prasarana jalan dan sarana transportasi.

Prasarana jalan dan sarana transportasi yang ada seperti jalan, jembatan, dan alat angkutan umum cukup mendukung untuk kelancaran kegiatan perekonomian penduduk. Sebagian besar jalan desa sudah berupa jalan beraspal. Adanya jalan utama yang menghubungkan Desa Gubug dengan ibu kota Kabupaten serta ibukota propinsi, sehingga Desa Gubug mudah dijangkau dari berbagai daerah dengan kendaraan umum.

Tabel 4.2 Jenis Jalan Desa Gubug 2004

Jenis Jalan	Panjang jalan (Km)
Jalan Propinsi	2
Jalan Kabupaten	2
Jalan Desa aspal	2
Jalan Desa bukan aspal	10

Sumber : Monografi Desa Gubug 2004

Adanya sarana dan prasarana jalan sangat mendukung sekali kelancaran kegiatan penduduk, dengan adanya jalan utama yang menghubungkan dengan kota Kabupaten dan Kotamadya Grobogan serta kota kecamatan lainnya, sehingga desa Gubug mudah dijangkau dari berbagai daerah dengan kendaraan umum.

b. Kondisi Sosial Ekonomi Desa Gubug

Kondisi sosial ekonomi Desa Gubug yang diungkap dalam penelitian meliputi: kondisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin, tingkat pendidikan penduduk, serta kondisi penduduk menurut mata pencaharian.

1. Kondisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin

Berdasarkan data monografi desa Gubug tahun 2004, jumlah penduduk desa Gubug seluruhnya adalah 8423 jiwa dengan perincian penduduk perempuan berjumlah 4307 jiwa dan penduduk laki-laki berjumlah 4116 jiwa, sedangkan jumlah penduduk usia produktif

kerja (umur 14- 59 tahun) di Desa Gubug yaitu jumlah laki-laki 2273 jiwa dan wanita 2487 jiwa.

Tabel 4.3 Kondisi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Desa Gubug tahun 2004

Kelompok Umur (Tahun)	Laki-laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah
0 – 4	663	667	1330
5 – 9	630	624	1254
10 –14	526	415	941
15 –19	476	400	876
20 – 24	480	575	1055
25 – 29	425	350	775
30 – 39	325	392	717
40 – 49	320	420	740
50 – 59	247	350	597
60 +	24	114	138
Jumlah	4116	4307	8423

Sumber : Monografi Desa Gubug tahun 2004

Komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin pada tabel 4.3 digambarkan dalam bentuk piramida penduduk untuk mengetahui sifat kependudukan (muda, tua, atau stasionier). Sifat kependudukan Desa Gubug dapat dilihat pada gambar piramida penduduk.

Gambar piramida penduduk desa Gubug tahun 2004 tersebut menggambarkan piramida penduduk yang berbentuk kerucut..Dengan memperhatikan piramida tersebut dapat dikemukakan bahwa penduduk di sekitar penelitian memiliki struktur penduduk muda, dimana jumlah penduduknya makin menurun pada usia yang lebih tua, dan pada kelompok umur muda jumlah penduduknya makin besar.:



Gambar 4.1 Piramida Penduduk Desa Gubug Tahun 2004

Dilihat dari kepadatan penduduknya maka Desa Gubug pada tahun 2004 memiliki kepadatan arithmatik sebesar 20,95 jiwa per km². Angka ini secara teoritis berarti setiap km² wilayahnya rata-rata dihuni oleh 20,95 jiwa.

2. Kondisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Kualitas sumber daya manusia salah satunya ditentukan oleh faktor tingkat pendidikan penduduk. Tingkat pendidikan penduduk Desa Gubug dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4 Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Gubug Tahun 2004

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Perguruan Tinggi	77	1,03
2.	Akademi	57	0,76
3.	SLTA	606	8,16
4.	SLTP	1.201	16,18
5.	SD	3.782	50,94
6.	Tidak tamat SD	306	4,12
7.	Belum tamat SD	1.269	17,09
8.	Tidak sekolah	126	1,69
	Jumlah	7424	100,00

Sumber : Data Monografi Desa Gubug 2004

Dari tabel diatas dapat dibuat kesimpulan bahwa sebagian besar penduduk Desa Gubug yakni 740 orang telah memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, sehingga dengan demikian sangat mempengaruhi kualitas sumber daya manusianya.

3. Kondisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk adalah semua jenis kegiatan ekonomi dari penduduk yang memberikan pendapatan untuk kehidupan perorangan / keluarga. Penduduk Desa Gubug memiliki berbagai jenis mata pencaharian. Berdasarkan data monografi Desa Gubug tahun 2004, jenis mata pencaharian penduduk Desa Gubug dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5 Mata Pencaharian Penduduk Desa Gubug 2004

No	Mata Pencaharian	Jumlah	Prosentase
1	Petani sendiri	1.019	23,0
2	Buruh tani	851	19,1
3.	Pengusaha	42	0,9
4.	Buruh Industri	2 89	6,6
5.	Buruh bangunan	271	6,1
6..	Pedagang	669	15,0
7.	PNS / TNI / POLRI	188	4,3
8.	Pensiunan	66	1,5
9.	Angkutan	284	6,4
10	Jasa / Lain- lain	762	17,1
	Jumlah	4441	100,0

Sumber : Data Monografi Desa Gubug 2004

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Desa Gubug yaitu 42,1 % memilih kegiatan ekonomi di sektor pertanian, 15 % di sektor perdagangan, 17,1 % di sektor Jasa / lain-

lain, 7,5 % di sektor industri, 6,4 % di sektor angkutan, 6,1 % di sektor buruh bangunan, 4,3 % di sektor PNS / TNI / POLRI, 1,5 % Pensiunan.

2. Kondisi Industri Syrup PT. Kartika Polaswati Mahardhika

1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Perusahaan Syrup Kartika Polaswasti Mahardhika mulai beroperasi atau berdiri pada tanggal 5 Januari 1975 yaitu pada saat usaha tersebut pertama kali dirintis oleh Bapak Santoso Hidayat beserta keluarga, dengan usaha adalah memproduksi sirup. Perusahaan ini awalnya merupakan perusahaan perseorangan dalam bentuk home industri yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang dengan modal awal sebesar Rp. 3.000.000 (tiga juta rupiah) yang berada di kota Banyuwangi – Jawa Timur, dengan pemasaran dilakukan sendiri dari toko ke toko. Kepindahan di kota Gubug didasari alasan bahwa di tempat tersebut belum ada perusahaan yang sejenis dan adanya faktor tenaga kerja yang murah dibandingkan kota Banyuwangi.

Pada waktu perusahaan berdiri produk tersebut diberi label nama “BINTANG”. Setelah berlangsung beberapa lama, ternyata merk tersebut kurang mendapat perhatian dari masyarakat. Dengan pertimbangan agar produksi sirup ini dapat menarik perhatian konsumen maka perusahaan itu melakukan kebijaksanaan dengan mengganti label nama “Bintang: dengan nama “Kartika”, yang kurang

lebihnya mempunyai arti nama yang sama dan labelnya diperindah tanpa merubah penggunaan simbol terdahulu. Syrup Kartika ini terdaftar pada Departemen Kesehatan Republik Indonesia dengan nomor 9000361 No. GED 136834. Sekarang ini perusahaan syrup Kartika sudah berbadan hukum / PT dengan nama PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

Perusahaan Kartika pada mulanya hanya memproduksi syrup berdasarkan permintaan untuk memenuhi permintaan pasar di daerah pemasaran yang baru untuk dijadikan sasaran produknya agar hasil penjualan meningkat. Usaha ini akhirnya tidak sia-sia, dengan pindahnya perusahaan ke jalan A. Yani 89 Gubug, usahanya semakin berkembang pesat, karena di samping mudah mendapatkan ijin, segala kelengkapan fasilitas perusahaan yang diperlukan mudah dipenuhi.

Sesuai dengan perkembangan usahanya yang semakin meningkat, peralatan yang digunakan oleh Perusahaan Syrup Kartika ini semakin memadai pula, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Hal ini dimaksudkan untuk menunjang kegiatan perusahaan agar dapat memenuhi permintaan konsumen,

Dari tahun ke tahun perusahaan ini mengalami perkembangan pesat, hal ini dibuktikan dengan meluasnya daerah pemasaran, sekarang ini perusahaan itu sudah mampu memenuhi kebutuhan konsumen di daerah-daerah lain seperti : Pati, Kudus , Semarang,

Kendal, Ambarawa, Demak, sehingga memperlihatkan bahwa perusahaan ini mengalami kemajuan yang cukup baik.

2. Lokasi Perusahaan

Perusahaan sirup Kartika Polaswasti Mahardhika terletak di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan sekitar 30 kilometer dari kota Semarang. Lokasi perusahaan ini terletak di jalan raya yang menghubungkan antara Semarang dengan Purwodadi, tepatnya di jalan Ahmad Yani No. 89 Gubug dengan PO. BOX 001. Alasan pemilihan lokasi ini dianggap menguntungkan karena faktor tenaga kerja yang murah dan belum ada perusahaan yang sejenis. Lokasi ini mudah ditemukan oleh siapa saja karena letaknya yang mudah dijangkau. Untuk lebih mengetahui gambar tentang lokasi perusahaan tersebut dapat dilihat pada peta halaman 57.

3. Tata Letak Perusahaan

Pembagian ruangan dalam perusahaan ini meliputi kantor, gudang, bahan baku, gudang barang jadi, dan ruang produksi. Kantor merupakan tempat bagi para staf yang mengatasi masalah-masalah di luar tanggung jawab produksi, yang letaknya berada di depan. Gudang bahan baku digunakan untuk menyimpan bahan baku yang akan dipakai untuk pembuatan sirup. Sedangkan gudang barang jadi digunakan untuk menyimpan produk yang telah dihasilkan, yang siap untuk dipasarkan. Untuk lebih mengetahui gambar tata letak perusahaan ini dapat dilihat pada denah halaman 58.

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Sebelum mengenal lebih jauh tentang arti dari struktur organisasi, kita dapat mengetahui tentang definisi organisasi.. Organisasi dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang (dua / lebih) yang bekerja sama dengan terkoordinasi, dengan cara yang terstruktur untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Di dalam struktur organisasi tersebut terdapat berbagai macam aktivitas, makin kompleks pula hubungan yang terdapat di dalamnya. Untuk itu pula perlu adanya bagan yang menjelaskan hubungan-hubungan tersebut.. Fungsi dari pada bagan bagian organisasi tersebut disebut dengan struktur organisasi .

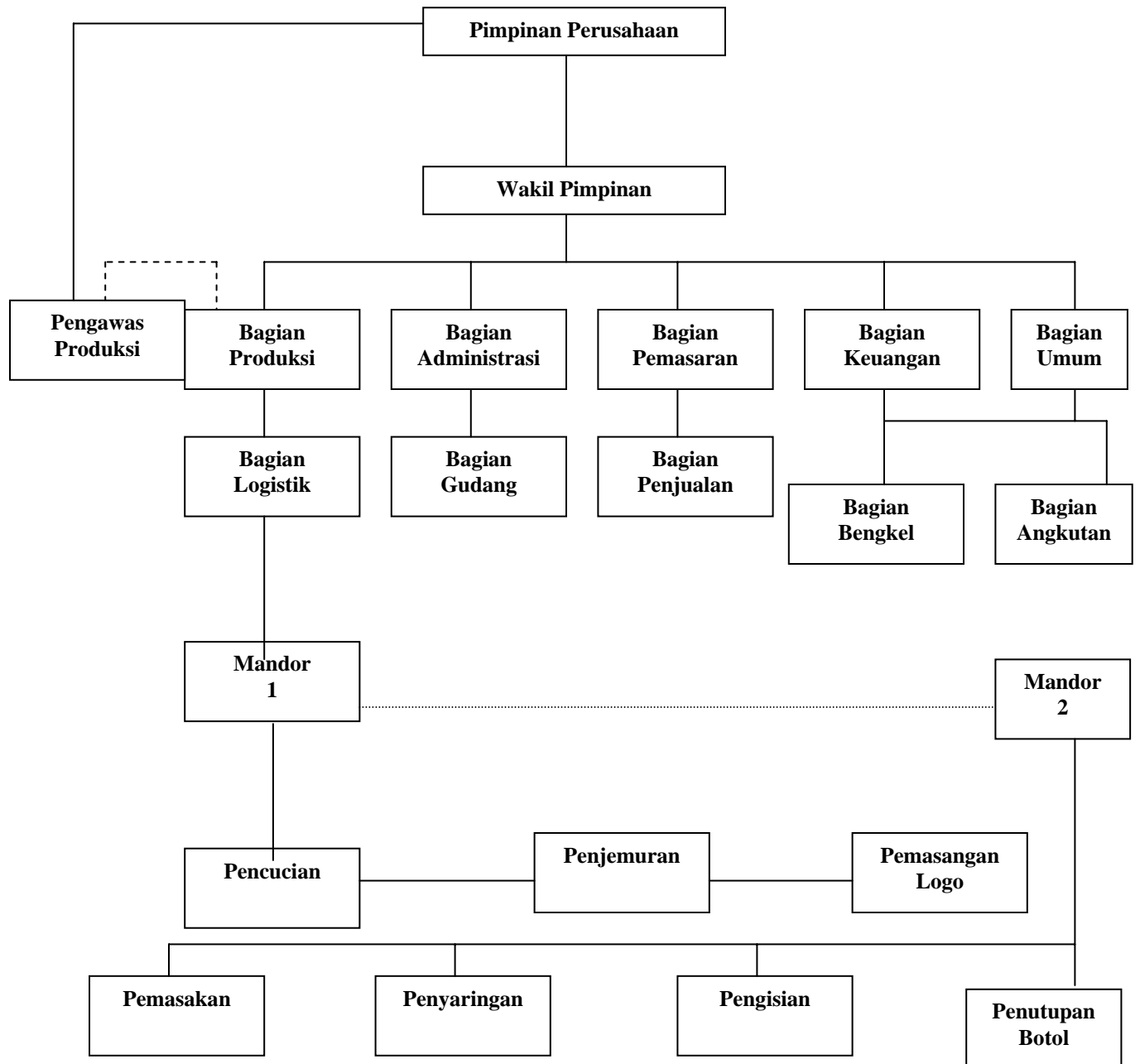
Struktur Organisasi adalah suatu kerangka yang menunjang keseluruhan kegiatan untuk pencapaian tujuan organisasi, hubungan fungsi-fungsi, serta wewenang dan tanggung jawab. Setiap orang di dalam organisasi dapat mengetahui apa yang menjadi tugasnya, dari mana mereka menerima perintah dan kepada siapa pula mereka harus mempertanggung jawabkan terhadap hasil- hasil kerjanya (Mahmud M. Hanafi, 1997).

Dalam menjalankan operasi perusahaan, PT. Kartika Polaswasti Mahardhika mengadakan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian, agar tercipta suatu kondisi dan kerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan. Pembagian tugas (Job

description) dan pekerjaan pada umumnya berdasarkan pada struktur organisasi suatu perusahaan.

Secara skematis struktur organisasi di PT. Kartika Polaswasti

Mahardhika dapat dijelaskan sebagai berikut:



Keterangan

_____ garis komando

----- garis koordinasi

Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Kartika Polaswasti Mahardika

Adapun tugas dan wewenang masing- masing bagian :

a. Pimpinan

- 1) Bertugas memimpin perusahaan dan bertanggung jawab secara mutlak atas kegiatan yang ada dalam perusahaan.
- 2) Memutuskan dan menetapkan segala kebijaksanaan perusahaan untuk melaksanakan peraturan-peraturan
- 3) Memberikan bimbingan, koordinasi dan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas-tugas yang didelegasikan kepada masing-masing departemen.
- 4) Mengusahakan hubungan kerja sama yang baik antara perusahaan, karyawan, pemerintah, dan masyarakat.

b. Wakil Pimpinan

- 1) Membantu pimpinan mengawasi jalannya operasional perusahaan.
- 2) Menganalisa prospek pemasaran produk dan pengembangan diri perusahaan tersebut.
- 3) Mewakili pimpinan dalam menjalankan operasi perusahaan sewaktu pimpinan tidak berada di perusahaan.
- 4) Mengadakan koordinasi dengan pimpinan mengenai tugas maupun masalah yang dihadapi

c. Bagian Administrasi

Bagian administrasi dalam melaksanakan aktivitasnya dipimpin oleh kepala bagian. Tugas dan tanggung jawab kepala bagian administrasi sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab atas administrasi perusahaan.
- 2) Mengetahui dan menyetujui surat-surat yang berkaitan dengan perusahaan.
- 3) Membuat laporan keuangan dan perhitungan laba rugi beserta lampiran-lampirannya setiap periode bulanan secara benar, akurat, dan tepat waktu.

Kepala bagian administrasi membawahi bagian gudang. Bagian gudang bertugas sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab atas keadaan gudang
- 2) Menjaga keamanan gudang serta barang simpanan
- 3) Membuat laporan tentang jumlah barang yang ada di gudang.
- 4) Menyiapkan dan melakukan pengadaan bahan untuk keperluan produksi.
- 5) Menerima dan melakukan penyimpanan barang jadi.

Dalam Administrasi terdapat bagian Personalia bertugas sebagai berikut :

- 1) Menerima pegawai baru

- 2) Menangani masalah kepegawaian, yaitu kesejahteraan karyawan, keselamatan kerja, dan pengaturan waktu kerja sehingga diperoleh hasil yang maksimal tanpa ada karyawan yang merasa dirugikan.
- 3) Menangani masalah disiplin kerja sehingga proses produksi dapat berjalan dengan lancar.
- 4) Membuat dan mengatur surat-surat penting serta mencatat absensi para karyawan.

d. Bagian Keuangan

- 1) Membantu pimpinan dalam merumuskan dan melaksanakan dalam bidang pembelajaan dan anggaran.
- 2) Mengurus soal perpajakan perusahaan.
- 3) Menyiapkan dan membuat laporan keuangan secara periodik kepada pimpinan.
- 4) Mengadakan koordinasi dengan bagian personalia untuk penggajian karyawan.
- 5) Membuat rekapitulasi utang dan piutang perusahaan.

e. Bagian Pemasaran

- 1) Mengedarkan atau menjual hasil produksi kepada konsumen.
- 2) Mencari langganan serta melaksanakan usaha perluasan pangsa pasar.
- 3) Mengadakan survey kira-kira produk apa yang akan laku dipasaran.

- 4) Membuat laporan terhadap hasil penjualan secara periodik kepada pimpinan.
- 5) Mengadakan negoisasi dengan pelanggan baru.

f. Pengawas Produksi

Bagian pengawas produksi bertanggung jawab langsung kepada pimpinan perusahaan, Tugasnya mengawasi jalannya proses produksi sampai hasil akhir syrup siap dipasarkan.

g. Bagian Produksi

Bagian produksi dalam melaksanakan aktivitasnya dipimpin oleh kepala bagian yang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan. Tugas dan wewenang kepala bagian produksi adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan kebijakan produksi.
- 2) Mengkoordinasi seluruh aktivitas produksi.
- 3) Menentukan penjadwalan proses produksi.
- 4) Mengendalikan mutu produksi secara umum.

Kepala bagian, untuk mengkoordinasi bagian-bagian yang terkait di bagian produksi dibantu oleh dua orang sebagai mandor, yang bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi. Mandor I membawahi bagian pemasakan, penyaringan, pengisian, dan penutupan botol. Mandor II membawahi bagian pencucian, penjemuran, dan pemasangan logo. Berikut tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian :

- 1) Pemasakan

- a) Menyiapkan bahan baku yang akan dimasak.
- b) Memasak sirup sesuai dengan ukuran yang disajikan.
- c) Melaporkan kepada bagian produksi bila bahan baku habis.

2) Penyaringan

Bertugas dalam penyaringan sirup setelah sirup dimasak di bagian pemasakan.

3) Pengisian

Bertugas mengisi sirup ke botol sesuai ukuran dan menerima botol dari bagian pencucian botol.

4) Penutupan botol

Bertugas menutup botol setelah botol terisi sirup. Penutupan botol dilakukan apabila sirup telah dingin.

5) Pencucian Botol

- a) Menerima botol yang telah kembali dari sales dan sekaligus menghitung botol yang telah masuk.
- b) Melakukan pencucian botol kemudian diserahkan kepada bagian pengisian botol.

6) Penjemuran

- a) Melakukan penjemuran botol setelah botol dicuci di bagian pencucian botol.
- b) Menyerahkan botol pada bagian pemasangan logo.

7) Pemasangan Logo

- a) Melakukan pemasangan logo (pengepakan) sesuai jenis sirup.

- b) Melakukan perhitungan botol sirup yang sudah diisi dan dikemas kemudian menyerahkan kepada sales di bagian pemasaran.

h. Bagian Umum

Bagian umum bertugas untuk membantu dan melayani bagian-bagian yang mempunyai pengaruh pada aktivitas perusahaan. Bagian umum ini membawahi tiga bagian yaitu kendaraan, bengkel, dan gudang. Tugas masing-masing bagian tersebut sebagai berikut:

1) Bagian Kendaraan

Bertanggung jawab terhadap kelancaran pengiriman barang, memberikan jasa layanan kendaraan kepada bagian yang membutuhkan, dan mengadakan koordinasi dengan bagian pemasaran.

2) Bagian Bengkel

Melakukan pemeliharaan aset perusahaan termasuk kendaraan.

3) Gudang

Menyimpan aset perusahaan terutama mesin-mesin yang tidak dapat digunakan dalam operasi perusahaan.

5. Bidang Usaha Dan Proses Produksi Industri Sirup Kartika Polaswasti Mahardhika.

a. Bidang Usaha

PT. Kartika Polaswasti Mahardhika merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang industri atau manufaktur yang mempunyai kegiatan utama yaitu produksi. Untuk menunjang

kegiatan produksinya, perusahaan melaksanakan kegiatan permodalan, personalia, dan pemasaran.

1) Permodalan

Dalam menjalankan usahanya PT. Kartika Polaswasti Mahardhika membutuhkan modal guna membiayai seluruh kegiatan produksi. Modal yang digunakan untuk menjalankan operasi berasal dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal pinjaman berupa kredit bank. Komposisi modal pada saat perusahaan didirikan yaitu mempunyai perbandingan 60 % : 40 % diperoleh dari seluruh modal yang terdapat dalam perusahaan dan sisanya dari kredit bank.

2) Personalia

Perusahaan syrup Kartika Polaswasti Mahardhika dalam usahanya mempekerjakan sebanyak 65 karyawan.

3) Pemasaran

P.T Kartika Polaswasti Mahardhika dalam melaksanakan kegiatan berusaha untuk menjangkau konsumen di berbagai kalangan. Sasaran utama daerah pemasaran PT. Kartika Polaswasti Mahardhika yaitu pada daerah yang memiliki suhu udara yang cukup tinggi, mengingat produk yang dibuat oleh perusahaan ini mempunyai ketergantungan terhadap suhu udara. Daerah pemasaran syrup Kartika meliputi Jawa Tengah (Purwodadi, Semarang, Pati, Kudus, Ambarawa,

Salatiga, Surakarta, Kendal). Guna menunjang terlaksananya kegiatan pemasaran hasil produksi, perusahaan melaksanakan kegiatan pemasaran, meliputi penetapan harga, promosi, dan penjualan.

b. Proses Produksi

Proses produksi adalah proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Proses transformasi atau perubahan bentuk disebut proses produksi. Dengan demikian barang dan jasa itu merupakan hasil pengkombinasian dari faktor produksi seperti bahan baku, tenaga kerja, modal, dan teknologi dan setiap pengkombinasian faktor produksi tersebut akan mempunyai nilai yang berbeda-beda terhadap kepuasan konsumen.

Perencanaan produksi dilaksanakan secara terpadu dan terkoordinir oleh mandor sehingga kelancaran suatu proses pada satu bagian akan sangat mempengaruhi proses produksi yang lain.

1) Jenis Proses Produksi

Proses produksi adalah sebagai suatu cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan modal) yang ada. Proses produksi dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:

- a) Proses produksi yang terus menerus (continues process)
- b) Proses produksi yang terputus-putus (intermittent process)

Proses produksi yang digunakan oleh PT. Kartika Polaswasti Mahardhika bersifat terus menerus, yaitu bila didalam suatu perusahaan terdapat urur-urutan yang pasti sejak dari bahan baku sampai produk akhir dan mesin- mesin atau peralatan- peralatan dipersiapkan untuk memproduksi satu produk saja (untuk pasar) dalam waktu yang lama yaitu berupa syrup.

2) Proses produksi

Adapun proses pembuatan syrup adalah melewati beberapa tahap yang diuraikan sebagai berikut:

a) Tahap I

Mempersiapkan bahan baku sebelum memprosesan dan pemasakan dimulai

b) Tahap II

Pemasakan, pada tahap ini air direbus sampai mendidih kemudian gula pasir dicampur sesuai dengan ukuran yang diinginkan, kemudian essence aroma dan asam benzoat dimasukkan kedalam adonan dan dimasak dan bahan- bahan kimia lainnya yang disesuaikan dengan produk yang nantinya didinginkan, kemudian diaduk sampai rata selama 60 menit

c) Tahap III

Pencucian botol, botol dimasukkan kedalam bak dan dicuci disikat sampai bersih baru kemudian dijemur.

Hal ini dilakukan untuk menghindari berbagai bakteri ataupun sejenisnya yang dapat merusak syrup.

d) Tahap IV

Setelah syrup didinginkan selama (\pm 30 menit) proses berikutnya adalah penuangan ke dalam botol yang telah dicuci sebelumnya. Proses ini dengan bantuan alat berupa kran yang dipasang ditabung pemasak dengan bantuan selang.

e) Tahap V

Pemasangan tutup botol, pada proses ini dilakukan dengan menggunakan mesin otomatis tutup botol.

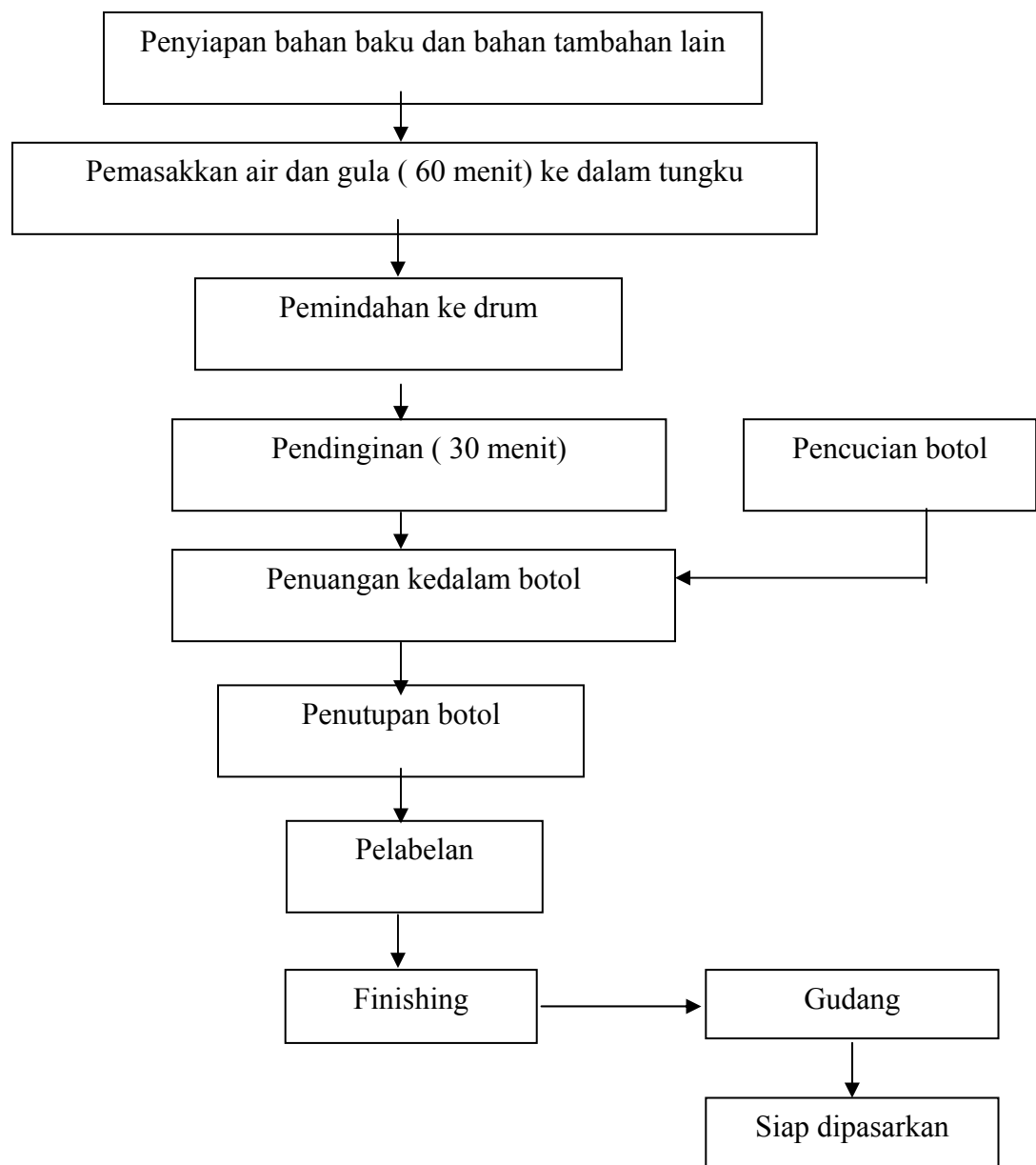
f) Tahap VI

Pemasangan Logo, setelah tertutup rapat maka proses pemasangan logo dilakukan.

g) Tahap VII

Finishing, sebelum produk tersebut dipasarkan, syrup terlebih dahulu melewati tahap pengontrolan (sortasi) guna menghindari adanya produk yang cacat atau rusak. Apabila ditemukan produk yang rusak maka akan diambil dan kemudian diperbaiki kembali.

Secara skematis proses produksi sirup dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:



3. Diskriptif Variabel Penelitian

a. Bahan Baku

Dalam kegiatan produksi dalam suatu industri memerlukan bahan-bahan tertentu yang digunakan sebagai bahan baku. Bahan baku untuk kegiatan industri dibagi dua, yaitu

- a. Bahan baku langsung yaitu bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi.
- b. Bahan baku tidak langsung, yaitu bahan baku yang tidak langsung digunakan dalam proses produksi atau sering disebut sebagai bahan baku penolong (Sumitro,1978 : 177).

Dalam pengadaan bahan baku ini akan diuraikan tentang macam bahan baku, lokasi pengadaan bahan baku, jumlah atau berat bahan baku, jenis bahan baku, frekuensi pengadaan bahan baku, jenis transportasi yang digunakan dalam pengadaan bahan baku, dan biaya pengangkutan bahan baku.

a. Macam bahan baku

Bahan-bahan yang digunakan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dalam melakukan aktivitas yaitu memproduksi sirup dengan menggunakan bahan – bahan sebagai berikut:

1) Bahan Baku

a) Gula pasir

Gula pasir merupakan bahan baku utama dalam pembuatan sirup, mutu dari sirup dipengaruhi oleh kualitas dari gula pasir yang digunakan.

b) Air

Air ini selain digunakan untuk mencampur sirup juga berfungsi untuk mencuci botol, air ini diperhatikan keseimbangan PH-nya dan kejernihan dari pada air itu sendiri.

c) Flavor

Bahan untuk memberikan aroma tertentu pada sirup sesuai dengan produk yang diinginkan.

d) Essence Aroma (Zat pewarna dan pengharum)

Merupakan bahan pewarna dan pengharum sirup yang terdiri dari bermacam – macam warna dan aroma sehingga memberikan warna yang lebih cerah sesuai dengan warna flavor.

e) Asam Benzoat

Merupakan bahan untuk memperpanjang masa simpan (pengawet) sirup yang diproduksi.

f) Asam sitrat

Merupakan bahan untuk mendapatkan rasa sirup, fungsi asam sitrat ini untuk mencegah perubahan warna yang ada pada sirup.

g) Pemanis buatan

Memberikan rasa yang lebih manis lagi sehingga bahan ini dapat menjadi alternatif mengurangi gula.

h) Pengental

Zat pengental yang digunakan untuk pembuatan sirup adalah CMC (Carboxymethyl Cellulose). Fungsi ini untuk menstabilkan, memekatkan dan mengentalkan makanan atau minuman yang dicampur dengan air.

2) Bahan Penolong

- a) Tungku
- b) Wajan atau kual
- c) Masin mixer untuk mengaduk bahan
- d) Kain penyaring

Gunanya untuk menyaring syrup setelah jadi, agar menjadi bersih dan terpisah dari kotoran- kotoran setelah diproses dalam tungku.

- e) Botol

Untuk tempat atau wadah syrup setelah jadi

- f) Mesin Pemasang tutup botol

Berfungsi untuk menutup bagian atas botol agar terhindar dari pencemaran.

- g) Alat penceples tutup botol

Untuk menceples tutup botol agar terkait erat pada botol.

- h) Kertas Label (plakat merk dari syrup)

Untuk membedakan antara merk yang satu dengan merk lainnya.

- i) Lem

Sebagai perekat plakat merk ke botolnya.

- j) Drum takaran air

- k) Kardus (isinya 12 botol)

Untuk mengemas atau membungkus syrup.

- l) Krat plastik (isi 24 botol)

Untuk tempat syrup yang akan dijual atau dikirim sehingga botol tidak berbenturan.

Untuk bahan baku seperti gula, asam benzoat, essence aroma diperoleh dari supplier yang sudah mempunyai hubungan dengan perusahaan atau diperoleh dari toko- toko yang menyediakan bahan – bahan tersebut, sedangkan bahan penolong diperoleh dengan jalan membeli atau memesan dari agen- agen yang menyediakan bahan- bahan tersebut.

Tabel 4.6 Lokasi Pengadaan Bahan Baku Syrup Dan Jumlahnya setiap bulan pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (lihat peta halaman 77)

No	Nama Bahan Baku	Lokasi / Asal	Jarak Km	Berat (Kg)	%
1.	Gula	PT. Singamas Semarang	35	25.000	32,65
		PT.Inti Utama Semarang.	27	25.000	32,65
2.	Flavour	PT. Endesso Semarang	31	500	0,65
		PT. Narde Semarang	50	500	0,65
3.	Pewarna	PT.Kimia Jaya Semarang	40	30	0,04
4	Asam Benzoat	PT.Kimia Jaya Semarang	40	500	0,65
5.	Asam Sitrat	PT.KimiaJaya Semarang.	40	1000	1,32
6.	Pemanis Buatan	PT.Kimia Jaya Semarang.	40	30	0,04
7.	Pengental	PT. Kimia Jaya Semarang	40	24.000	31,35
	Jumlah		343	76560	100

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dalam pengadaan bahan baku, industri ini tidak hanya menggantungkan pada satu lokasi. Hal ini berarti bahwa dengan semakin banyak tempat untuk pengadaan bahan baku maka akan semakin mudah dalam mendapatkan bahan baku hingga proses produksi dapat berjalan.

Lokasi pengadaan bahan baku yang dimaksud adalah tempat atau kota dimana bahan baku dapat diperoleh. Untuk mendapatkan bahan baku sirup pengusaha tidak hanya menggantungkan pada satu tempat saja , tetapi lebih dari satu tempat.

Jumlah kebutuhan bahan baku tergantung dari permintaan pasar dan kemampuan produksi industri tersebut. Berdasarkan tabel diatas untuk pengadaan bahan baku sirup dari jumlah keseluruhan masing-masing lokasi tiap bulannya 76560 Kg, dengan jumlah pengadaan bahan baku yang paling besar diperoleh dari gula seberat 50.000 Kg atau 65,3 % untuk tiap bulannya, dan untuk jumlah pengadaan bahan baku terkecil diperoleh dari pewarna dan pemanis buatan yaitu masing- masing seberat 30 Kg atau 0,04 % untuk tiap bulannya.

b. Frekuensi pengadaan bahan baku

Tabel 4.7 Frekuensi Pengadaan Bahan Baku PT. Kartika Polaswasti Mahardhika Dari Masing-masing Lokasi Perbulan Tahun 2004

No	Nama Bahan Baku	Lokasi / Asal	Berat (Kg)	%	Frekuensi
1.	Gula	PT. Singamas Semarang	25.000	32,65	1 kali / bln
		PT. Inti Utama Semarang.	25.000	32,65	1 kali / bln
2.	Flavour	PT. Endesso Semarang	500	0,65	1 kali / bln
		PT. Narde Semarang	500	0,65	1 kali / bln
3.	Pewarna	PT. Kimia Jaya Semarang	30	0,04	1 kali / bln
4.	Asam Benzoat	PT. Kimia Jaya Semarang	500	0,65	1 kali / bln
5.	Asam Sitrat	PT. Kimia Jaya Semarang.	1000	1,30	1 kali / bln
6.	Pemanis Buatan	PT. Kimia Jaya Semarang.	30	0,04	1 kali / bln
7.	Pengental	PT. Kimia Jaya Semarang	24.000	31,35	1 kali / bln
	Jumlah		76.560	100	4 kali / bln

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel di atas untuk jumlah pengadaan bahan baku syrup dari keseluruhan masing- masing lokasi pengadaan bahan baku paling banyak dari PT. Kimia Jaya Semarang yaitu sebanyak 2 kali setiap bulan, dengan berat rata- rata setiap kali pengambilan sebesar 12780 Kg.

c. Jenis Alat Transportasi yang digunakan

Jenis alat transportasi yang digunakan untuk mendatangkan bahan baku disesuaikan dengan jumlah muatannya. Alat transportasinya menggunakan jenis truk karena dapat memuat matan banyak dan dapat menempuh jarak yang jauh.

Alat transportasi tersebut diadakan oleh pihak produsen bahan baku sirup karena terkait sistem kontrak sehingga dalam hal ini pihak PT. Kartika Polaswasti Mahardika hanya menerima saja.

d. Biaya Pengangkutan Bahan Baku.

PT. Kartika Polaswasti Mahardika dalam pengadaan bahan baku menggunakan sistem kontrak atau perangkong tempat, sehingga semua biaya ditanggung oleh produsen bahan baku, tetapi harus tetap mengeluarkan biaya dalam hal bongkar muatnya yakni perbulan harus mengeluarkan Rp. 95.000.000,00 (sembilan puluh lima juta rupiah).

b. Tenaga Kerja Industri Sirup Kartika Polaswasti Mahardika.

Dalam penelitian ini yang dibahas dalam faktor tenaga kerja yaitu jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan tenaga kerja, upah, jarak / asal tenaga kerja dan alat transportasi yang digunakan tenaga kerja.

Tenaga Kerja adalah setiap orang laki-laki atau wanita yang sedang dalam dan / atau akan melakukan pekerjaan baik didalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (UU Ketenagakerjaan No. 25 Tahun 1997).

Pengertian Pekerja adalah tenaga kerja yang bekerja di dalam hubungan kerja pada pengusaha dengan menerima upah (UU Ketenagakerjaan No. 25 Tahun 1997)

a. Jumlah Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan banyaknya tenaga kerja yang bekerja pada industri sirup Kartika Polaswasti Mahardika

secara keseluruhan berjumlah 65 orang, yang terdiri dari laki- laki dan perempuan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini

Tabel 4.8. Jumlah Tenaga Kerja Menurut Jenis Kelamin PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Laki- laki	41	63,0
2.	Perempuan	24	37,0
	Jumlah	65	100

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa prosentase tenaga kerja laki- laki lebih banyak yaitu 63 %, seperti : sopir, tenaga loper, pemasaran. Sedangkan tenaga perempuan diperlukan pada proses pencucian botol, penjemuran botol, pengisian syrup. Untuk jumlah tenaga kerja pada tiap departemen yang terdapat di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9 Jumlah Tenaga Kerja pada Masing-masing Departemen PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

No	Departemen/ Bagian	Laki- laki	Perempuan	Jumlah	%
1.	Pimpinan	1	0	1	1,5
2.	Wakil pimpinan	1	0	1	1,5
3.	Keuangan	1	1	2	3,0
4.	Pengawas produksi	1	1	2	3,0
5.	Administrasi	1	1	2	3,0
6.	Pemasaran	5	3	8	12,3
7.	Tenaga sales/ loper	8	0	8	12,3
8.	Mandor	2	0	2	3,0
9.	Pemasakan sirup	1	1	2	3,0
10.	Penyaringan sirup	3	2	5	7,7
11.	Pengisian sirup	3	2	5	7,7
12.	Penutupan botol	2	2	4	6,1
13.	Pencucian botol	0	5	5	7,7
14.	Penjemuran botol	1	1	2	3,0
15.	Pemasangan logo	2	2	4	6,1
	Sopir	9	0	9	13,8
	Umum	1	2	3	4,6
	Jumlah	43	24	65	100

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

b. Tingkat Umur dan Pendidikan Tenaga Kerja

Berdasarkan penelitian rata-rata umur tenaga kerja secara keseluruhan yang bekerja pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug sebagai berikut :

Tabel 4.10 Tingkat Umur Tenaga Kerja PT. Kartika Polaswasti Mahardhika tahun 2004

No	Rata-rata Umur	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Kurang 20 tahun	10	15,38
2.	20- 30 tahun	23	35,39
3.	31- 40 tahun	25	38,47
4.	lebih dari 40 tahun	07	10,76
	Jumlah	65	100,00

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa rata-rata usia tenaga kerja terbanyak adalah antara 20- 40 tahun yakni sebanyak 48 orang. Hal ini dapat diketahui karena usia tersebut merupakan usia produktif tenaga kerja

c. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja

Berdasarkan penelitian rata- rata tingkat pendidikan tenaga kerja di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.11 Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja PT. Kartika Polaswasti Mahardhika tahun 2004

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Daya Serap Tenaga Kerja (%)
1.	SD	31	47,8
2.	SLTP	20	30,7
3.	SLTA	11	16,9
4.	Perguruan Tinggi	3	4,6
	Jumlah	65	100

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Sedangkan menurut data hasil penelitian dengan angket menunjukkan tingkat pendidikan berdasarkan jenis tenaganya adalah sebagai berikut :

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa rata-rata tingkat pendidikan tenaga kerja di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika sebagian besar adalah berpendidikan sekolah dasar berjumlah 31 orang atau 47,8 %, sedangkan dengan jumlah 3 orang atau 4,6 % berpendidikan sarjana.

Tabel 4.12. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja PT. Kartika Polasawasti Mahardhika Di desa Gubug 2004

No	Departemen / Bagian	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Pimpinan	Sarjana	1	1,5
2.	Wakil Pimpinan	D3	1	1,5
3.	Keuangan	Sarjana	1	1,5
		SLTA	1	1,5
4.	Pengawas Produksi	SLTA	2	3,0
5.	Administrasi	Sarjana	1	1,5
		SLTP	1	1,5
6.	Pemasaran	Sarjana	1	1,5
		SLTA	5	9,2
		SLTP	2	3,0
7.	Tenaga sales/ loper	SLTA	1	1,5
		SLTP	2	3,0
		SD	5	7,7
8.	Mandor	SLTP	1	1,5
		SD	1	1,5
9.	Pemasakan sirup	SD	2	3,0
10.	Penyaringan sirup	SLTP	2	3,0
		SD	3	4,6
11.	Pengisian sirup	SD	4	6,1
		SLTP	1	1,5
12.	Penutupan botol	SD	2	3,0
		SLTP	2	3,0
13.	Pencucian botol	SD	3	4,6
		SLTP	2	3,0
14.	Penjemuran botol	SD	2	3,0
15.	Pemasangan logo	SD	3	4,6
		SLTP	1	1,5
		SLTA	2	3,0
		SLTP	4	6,1
16.	Sopir	SD	3	4,6
		SLTP	2	3,0
17.	Umum	SD	1	1,5

		Jumlah	65	100,00
--	--	--------	----	--------

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

d. Jarak / Asal Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang bekerja di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika berasal dari daerah sekitar industri sampai yang berasal dari luar desa atau luar kota. Tenaga kerja yang bekerja pada industri sirup Kartika Polaswasti Mahardhika secara keseluruhan dari hasil penelitian dapat diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.13 Asal/Lokasi Tenaga Kerja PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

No	Asal Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase (%)
1.	Masyarakat Desa Gubug	32	49,2
2	Masyarakat luar Desa Gubug	29	44,7
3	Masyarakat Luar Kota	4	6,1
	Jumlah	65	100

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah tenaga kerja terbanyak berasal dari masyarakat desa Gubug dengan jumlah 32 orang atau 49,2 % dan tenaga kerja yang berasal dari luar desa Gubug memiliki jumlah 29 orang atau 44,7 %. Untuk desa yang berada di luar desa Gubug meliputi : desa Kuwaron, desa Tegowanu, desa Pranten, desa Papan Rejo, desa Kunjeng, desa Rowosari, sedangkan tenaga kerja yang berasal dari luar kota berjumlah 4 orang atau 6,1 %,

Sebagian besar jarak antara tempat tinggal tenaga kerja dengan lokasi industri adalah 7 km. Sedangkan menurut data hasil penelitian

dengan angket menunjukkan asal tenaga kerja berdasarkan jenis tenaga kerjanya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14 Asal / Lokasi Tenaga Kerja PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

No	Bagian	Asal/ lokasi		
		Ds. Gubug	Luar Desa Gubug	Luar Kota
1	Pimpinan	1	0	0
2	Wakil pimpinan	1	0	0
3	Keuangan	1	1	0
4	Pengawas produksi	1	1	0
5	Administrasi	2	0	0
6	Pemasaran	2	6	0
7	Tenaga loper	4	2	2
8	Mandor	2	0	0
9	Pemasakan sirup	1	1	0
10	Penyaringan sirup	2	3	0
11	Pengisian sirup	2	3	0
12	Penutupan botol	2	2	0
13	Pencucian botol	2	3	0
14	Penjemuran botol	1	1	0
15	Pemasangan logo	2	2	0
16	Sopir	3	4	2
17	Umum	3	0	0

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

e. Upah

Upah adalah hak pekerja yang harus diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang dari pengusaha kepada pekerja atas suatu pekerjaan \ jasa yang telah atau akan dilakukan, ditetapkan, dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, peraturan perundang-undangan termasuk tunjangan bagi pekerja & keluarganya (UU Ketenagakerjaan No. 25 1997).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap responden menunjukkan bahwa upah yang diberikan PT. Kartika Polaswasti

Mahardhika kepada karyawan berupa upah bulanan, borongan, harian. Untuk upah bulanan adalah sebesar lebih dari Rp.500.000 (lima ratus ribu rupiha) perbulan, kecuali bagian pemasaran mereka mendapatkan bonus.

Tabel 4.15 Upah Tenaga Kerja PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

No	Departemen \ Bagian	Besarnya Upah (Rp)
1.	Wakil pimpinan	2.500.000,00/ sebulan
2.	Keuangan	800.000,00 / sebulan
3.	Pengawas Produksi	700.000,00/ sebulan
4.	Administrasi	650.000,00/ sebulan
5.	Pemasaran	750.000,00/ sebulan
6.	Mandor	700.000,00 / sebulan
7.	Tenaga Loper	600/ krat
8.	Pemasakan sirup	4000/ wajan
9.	Penyaringan sirup	250/ krat
10.	Pengisian sirup	250/ krat
11.	Penutupan botol	250 /krat
12.	Pencucian botol	600/ krat
13.	Penjemuran botol	250/ krat
14.	Pemasangan Logo	250 / krat
15.	Sopir	25.000 / hari
16	Umum	15000 / hari

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Tabel 4.16 Standarisasi bonus pemasaran PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

No	Jumlah pemasaran sirup / Krat	Besarnya bonus (Rp) / Krat
1.	0 –250	500
2.	250- 500	600
3.	500- 750	700
4.	Lebih dari 750	800

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Sedangkan untuk upah harian seperti penyaringan, pengisian, penutupan botol, penjemuran botol, pemasangan logo tiap harinya dapat

menghasilkan masing- masing pekerja 70 krat, sedangkan dalam masa-masa rame bisa mencapai 100 krat / hari, jadi setiap karyawan pada bagian ini setiap bulan biasa mendapat upah rata – rata Rp. 455.000,00.

Untuk karyawan bagian tenaga looper tiap hari biasa menghasilkan 40 krat / hari, sedangkan dalam masa ramai-ramai bisa mencapai 80 krat / hari, jadi setiap karyawan dalam bulan biasa dapat mendapat upah rata- rata Rp. 624.000,00 / bln. Pada bagian pencucian botol, setiap pekerja dapat menghasilkan 40 krat / hari, sedangkan dalam masa rame bisa mencapai 80 krat / hari. Jadi setiap karyawan dalam bulan biasa mendapat upah rata-rata Rp. 624.000,00. / bln Kemudian pada bagian pemasakan syrup tiap hari biasa 5 wajan, sedangkan dalam masa-masa rame bisa mencapai 12 wajan, jadi dalam bulan biasa mendapat upah rata-rata Rp. 520.000,00 / bln. Pada karyawan bagian sopir tiap hari masuk kerja mendapat upah Rp. 25.000,00 / hari, jadi dalam satu bulan mendapat upah Rp. 650.000,00. Untuk karyawan pada bagian umum ini disebut pekerja serabutan, untuk upahnya bersifat harian yang disesuaikan dengan standar upah minimum rata- rata (UMR) Kab. Grobogan yaitu sebesar Rp.15.000 / hari (UU Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2004 dan Keputusan Gubernur Jawa Tengah 561 / 54 / 2004).

Kesejahteraan pekerja adalah suatu pemenuhan kebutuhan / keperluan yang bersifat jasmaniah & rohaniyah, baik selama maupun diluar hubungan kerja, yang secara langsung & tidak langsung dapat mempertinggi produktivitas kerja.

Selain upah pihak perusahaan juga memberikan jaminan sosial tenaga kerja yaitu : suatu perlindungan bagi tenaga kerja dalam bentuk santunan berupa uang sebagai pengganti sebagian dari penghasilan yang hilang & berkurang dan pelayanan sebagai akibat peristiwa / keadaan yang dialami oleh tenaga kerja berupa kecelakaan kerja, sakit, hamil, meninggal dunia, biasanya berupa tunjangan kesehatan, tunjangan hari raya.

Sedangkan untuk fasilitas yang lain seperti mobil angkutan dan perumahan bagi karyawan pihak perusahaan belum bisa memberikan , sehingga bagi karyawan yang tempat tinggalnya jauh dari lokasi industri harus mengendarai kendaraan sendiri atau angkutan umum atau bagi karyawan yang bertempat tinggal di luar kota harus indekost atau tinggal di rumah saudaranya yang berada di sekitar industri tersebut.

f. Alat Transportasi Tenaga Kerja

Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada tenaga kerja, bahwa sarana yang digunakan sebagai alat transportasi adalah milik sendiri dan jenisnyapun bermacam- macam, seperti sepeda, sepeda motor, angkutan umum. Jumlah dan jenis transportasi yang digunakan tenaga kerja untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17. Jenis Dan Banyak Sarana Transportasi Yang Digunakan Oleh Karyawan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika Tahun 2004

		Mobil	Sepeda motor	Sepeda	Angkutan umum
1	Pimpinan	1	0	0	0
2	Wakil pimpinan	1	0	0	0
1	Keuangan	0	2	0	0
2	Pengawas produksi	0	1	1	0
3	Administrasi	0	1	0	1
4	Pemasaran	0	4	2	2
5	Tenaga looper	0	1	4	3
6	Mandor	0	1	1	0
7	Pemasakan sirup	0	0	2	0
8	Penyaringan sirup	0	0	3	2
9	Pengisian sirup	0	0	2	3
10	Penutupan botol	0	1	3	0
11	Pencucian botol	0	2	1	2
12	Penjemuran botol	0	0	2	0
13	Pemasangan logo	0	0	4	0
14	Sopir	0	4	2	3
15	Umum	0	0	2	1
	Jumlah/ persentase	2 3%	17 26%	29 45%	17 26%

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil bahwa sebagian besar tenaga kerja menggunakan alat transportasi berupa sepeda, yakni sebesar 29 orang atau 45%, angkutan umum sebanyak 17 orang atau 26%, sedangkan sepeda motor sebanyak 17 orang atau 26% dan mobil 2 orang atau 3%.

c. Pemasaran Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Salah satu hal penting dalam setiap perusahaan di samping produksi dan pembelanjaan adalah sistem pemasaran produk. Peranan

pemasaran sangatlah penting bagi perusahaan, dan mempunyai arti peranan yang cukup banyak bagi perusahaan.

Pemasaran adalah sejumlah kegiatan yang dilakukan organisasi dan sekaligus merupakan proses sosial (E. Jerome Mc. Carthy dan William D. Perreault, 1993 : hal 8). Dari pengertian di atas, terdapat 2 (dua) artian yaitu : Pemasaran mikro (micro – marketing) adalah pelaksanaan sejumlah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi, dengan mengantisipasi kebutuhan pelanggan / klien, serta mengarahkan arus barang dan jasa yang dibutuhkan dari produsen kepada pelanggan / konsumen. Pemasaran makro (macro – marketing) adalah proses sosial yang mengarahkan arus ekonomi barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, yang secara efektif menyesuaikan penawaran dan permintaan serta mencapai mencapai tujuan masyarakat.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Philip Kotler, 1995:15).

Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai (Basus Swastha, 1997 : 7). Dari pernyataan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Suatu kegiatan baik itu bersifat individu maupun organisasi sama-sama memberikan tingkat kepuasan yang melebihi dari pada proses pertukaran. 2) Adanya keinginan seseorang yang melakukan

hubungan timbal balik dari hasil proses pertukaran tersebut yang saling menguntungkan satu sama lain.

Pemasaran merupakan kegiatan akhir dari proses produksi yang bertujuan agar barang produksi sampai pada konsumen. Pada Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika, untuk memasarkan hasil produksinya dipasarkan dengan melalui saluran distribusi, hal ini dimaksudkan agar harga dipasaran dapat dipantau sehingga tetap stabil.

Dalam pemasaran ini akan diungkap mengenai jenis produksi sirup yang akan dipasarkan, daerah lokasi pemasaran, saluran distribusi dan jumlah perantara yang digunakan, biaya distribusi dan volume penjualan, alat transportasi yang digunakan dalam pemasaran.

a. Jenis produksi sirup yang dipasarkan

Perusahaan sirup Kartika saat ini telah menghasilkan berbagai merk dan jenisnya yang bertujuan untuk menarik perhatian dan kepuasan konsumen yang mempunyai selera berbeda-beda. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan ini memberikan rasa pada sirup yang bermacam-macam seperti : rasa jeruk, melon, leccy, strawberry, nanas, dan masih banyak lagi rasanya, yang dapat dijangkau harganya pada semua lapisan masyarakat. Untuk merknya sendiri perusahaan ini memproduksi lima (5) jenisnya sirup.

Tabel 4.18 Jenis produksi sirup PT. Kartika Polaswastika Mahardhika

NO	Jenis Syrup	Banyak Rasa
1.	Syrup Kartika Spesial	Macam rasa 14 : a) Fambose b) Strawberry c) Nanas d) Lecy e) Ice Cream Soda f) Rozen g) Greepe h) Blewah i) Panily j) Kopi k) Kawisto l) Pandan m) Jeruk n) Sirsat
2.	Syrup Kartika Biasa	Ada 7 macam rasa yaitu: a) Framboze b) Lecy c) Nanas d) Soda e) Rozen f) Panily g) Kopi
3.	Syrup Kartika Kurma	Ada 2 macam rasa, yaitu : a) Framboze b) Nanas
4.	Syrup Kartika Water Melon	Ada 3 macam rasa, yaitu : a) Framboze b) Nanas c) Melon
5.	Syrup Kartika Sawo Kecil	Ada 3 macam rasa yaitu : a) Framboze b) Nanas c) Melon

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Tidak hanya terletak pada merk saja, tetapi juga pada rasa, aroma, warna, sedangkan perbedaan rasa dari masing-masing merk tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat pembelian dari konsumen dari produk yang ditawarkan, sehingga dapat diketahui merk sirup apa yang paling laku. Tingkat pembelian konsumen disini maksudnya kemampuan konsumen serta seleraanya. Atas dasar tersebut diatas dapat diperoleh hasil sirup merk apa yang betul – betul diandalkan untuk memasuki persaingan.

b. Daerah pemasaran perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Perusahaan PT. Kartika Polswasti Mahardhika Gubug mempunyai daerah pemasaran yang cukup luas yang kesemuanya berada di wilayah Jawa Tengah. Dalam mendistribusikan produknya, perusahaan ini menggunakan saluran distribusi yaitu saluran distribusi tidak langsung dan saluran distribusi secara langsung. Penggunaan saluran distribusi secara efektif dan efisien memiliki fungsi yang sangat besar bagi perusahaan yaitu menekan biaya pemasaran, mencapai pasar sasaran yang luas serta memperlancar arus produk ke tangan konsumen, sehingga perusahaan mudah dalam mencapai tujuan perusahaan.

Adapun daerah pemasaran yang menjadi pasar sasaran perusahaan PT. Kartika Polswasti Mahardhika, meliputi :

1) Jalur 1 meliputi : daerah Purwodadi, Blora, dan Cepu.

2) Jalur 2 meliputi :, Weleri, dan Kendal

3) Jalur 3 meliputi : daerah Ungaran, Ambarawa, Salatiga, dan Surakarta.

4) Jalur 4 meliputi : daerah Demak, Kudus, Pati, Juwana

Untuk daerah Semarang sendiri ada beberapa pembagian lagi daerah pemasaran karena luasnya wilayah, yang bertujuan untuk mempermudah penjualan barang, yang meliputi:

1) Rayon A : daerah Semarang Tengah diantaranya : jalan Mataram, Dr. Cipto, Raden Patah.

2) Rayon B : daerah Semarang Selatan diantaranya : Banyumanik, Jatingaleh, Tembalang, Gunung Pati.

3) Rayon C : daerah Semarang Utara diantaranya : Pasar Johar, Genuk, Pasar Trombo, Tanah Mas.

4) Rayon D : daerah Semarang Barat diantaranya : Karangayu, Kedung Batu, Pasar Jrasah, Pasar Bulu.

5) Rayon E : daerah Semarang Timur diantaranya : Pedurungan, Gayam Sari, Kedung Mundu

Tabel 4.19 Lokasi dan Jarak Pemasaran PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004 (lihat peta halaman 97)

**JARAK JALUR LOKASI PEMASARAN PT. KARTIKA
POLASWASTI MAHARDIKA 2004**

Kec. / Kodya	Jalur I (Km)			Jalur II (Km)		Jalur III (Km)				Jalur IV(Km)			
	Purwodadi	Bloora	Cepu	Weleri	Kendal	Ungaran	Ambarawa	Salatiga	Surakarta	Demak	Kudus	Pati	Juwana
Gubug	24	82	83	66	53	50	61	71	173	21	46	66	78

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

**JARAK RAYON LOKASI PEMASARAN PT. KARTIKA
POLASWASTI MAHARDIKA 2004**

Kec.	Rayon A	Rayon B	Rayon C	Rayon D	Rayon E
	Semarang Tengah (Km)	Semarang Selatan (Km)	Semarang Utara (Km)	Semarang Barat (Km)	Semarang Timur (Km)
Gubug	35	45	40	40	30

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh data mengenai kota-kota tempat pemasaran hasil produksi, dengan jarak yang terdekat 24 Km adalah jalur I kota Purwodadi dan jarak yang terjauh 173 Km adalah jalur III kota Surakarta

c. Frekuensi Pemasaran

Pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika frekuensi pemasaran untuk setiap bulannya memiliki jumlah yang cukup tinggi, karena hal ini untuk melayani seluruh pasaran yang dilayaninya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20 Disrtibusi & Jumlah Masing- masing Lokasi Pemasaran PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

Jalur dan rayon	Lokasi Pemasaran	Lokasi Pemasaran	Jumlah (Krat)
1.	Purwodadi, Blora, Cepu	1 x setiap hari	30
2.	Weleri, Kendal	1 x setiap hari	30
3.	Ungaran, Ambarawa, Salatiga, Surakarta	3 x seminggu	90
4	Demak, Kudus, Pati, Juana	3 x seminggu	90
A.	Semarang Tengah	1 x sehari	30
B.	Semarang Selatan	1 x sehari	30
C.	Semarang Utara	1 x sehari	30
D.	Semarang Barat	1 x sehari	30
E	Semarang Timur	1 x sehari	30

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

d. Hasil Pemasaran

Hasil pemasaran dari Tahun 1998-2003 dapat dilihat pada tabel 4.21. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa pengiriman produk yang paling banyak terjadi pada tahun 2000 yaitu sebesar 187.518 botol dan yang paling rendah terjadi pada tahun 1998 yaitu sebesar 184.051 botol.

Tabel 4.21. Data Jumlah Syrup yang Dikirim dan Terjual Tahun 1998 – 2004 (dalam botol)

No.	Tahun	Dikirim	Terjual	Kembali
1.	1998	184.051	183.982	69
2.	1999	185.295	185.231	64
3.	2000	187.518	187.456	62
4.	2001	185.451	185.304	147
5.	2002	186.177	186.076	101
6	2004	186.215	186.186	29

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus , 2004).

d. Saluran distribusi dan jumlah perantara yang digunakan

a. Definisi

Dalam kegiatan memasarkan produk, perusahaan tidak dapat terlepas dengan saluran distribusi yang digunakan, dengan pemilihan dan penetapan saluran distribusi yang tepat perusahaan akan dapat mencapai tingkat efisiensi dan efektifitas pemasaran produk sehingga perusahaan akan dapat mencapai keuntungan secara maksimal. Definisi saluran distribusi dikemukakan oleh para ahli pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen / pemakai industri (Basus Swastha, 1997 : 190).
- 2) Saluran distribusi melalui manajemen pemasaran yaitu proses perencanaan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang- barang atau jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi (Philip Kotler, 1995 Edisi Delapan hal 16).

3) Saluran distribusi adalah setiap rangkaian perusahaan atau orang yang ikut serta dalam arus barang dan jasa dari produsen kepada pemakai/ konsumen akhir (E. Jerome Mc. Carthly, 1993:228).

Dari definisi di atas mencakup proses analisis, perencanaan pelaksanaan dan pengawasan, juga mencakup barang dan jasa serta gagasan berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

b. Macam- macam saluran distribusi

Menurut Basu Swastha dan Irawan (1990 hal 294 - 298), berdasarkan jenis barangnya, maka saluran distribusi pemasaran dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu sebagai berikut:

1) Saluran Distribusi barang konsumsi

Yang dimaksud dengan barang konsumsi yaitu barang-barang yang dibeli guna dikonsumsi. Jadi pembelinya konsumen akhir karena barang- barang tersebut tidak lagi di proses lebih lanjut tetapi langsung dipakai.

Adapun macam- macam saluran distribusi barang konsumen adalah:

a) Produsen→ konsumen

Bentuk saluran ini merupakan paling pendek dan paling sederhana karena produsen langsung menjualnya kepada konsumen atau pengguna akhir tanpa menggunakan perantara, oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

b) Produsen→ pengecer→ konsumen

Bentuk saluran ini produsen tidak lagi menjual barang-barangnya langsung kepada pengguna akhir tetapi lewat perantara yaitu pengecer, kemudian pengecer dapat melayani pengguna akhir.

c) Produsen→ pedagang besar→ pengecer→ konsumen

Bentuk saluran ini banyak digunakan untuk produsen karena produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, kemudian pengecer melakukan pembelian lewat pedagang besar, dan konsumen dapat dilayani oleh pengecer saja. Bentuk saluran ini biasa disebut saluran distribusi tradisional.

d) Produsen→ agen→ pengecer→ konsumen

Bentuk saluran ini menggunakan saluran distribusi 2 tingkat. Disini produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Agen ini menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer dan pengecer dapat melayani kepada konsumen akhir.

e) Produsen→ agen→ pedagang besar→ pengecer → konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barang kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada pengecer

dan konsumen dapat terlayani lewat pengecer – pengecer yang ada.

2) Saluran distribusi barang industri

Barang industri merupakan barang yang dibeli guna diproses lebih lanjut atau untuk keperluan dalam proses industri. Ada 4 (empat) macam saluran distribusi barang industri yaitu meliputi:

a) Produsen→ pemakai industri

Saluran distribusi dari produsen kepada pemakai industri merupakan saluran yang paling pendek dan paling sederhana, dan biasanya disebut saluran langsung. Saluran ini dipakai jika transaksi penjualan relatif banyak. Saluran ini merupakan saluran nol tingkat dan cocok untuk barang- barang berat seperti: kapal, lokomotif, pesawat terbang, dan lain- lain.

b) Produsen→ Distribusi Industri→ Pemakai industri

Saluran distribusi ini merupakan saluran satu tingkat karena sampai pemakai industri harus melalui distributor industri. Adapun yang dapat digunakan saluran distribusi industri sebagai penyalur adalah produsen bahan bangunan, produsen tekstil, dan produsen pendingin udara (AC) dan lain- lain.

c) Produsen→ Agen→ Pemakai Industri

Saluran ini merupakan saluran satu tingkat, yang biasanya digunakan oleh perusahaan yang tidak memiliki departemen

pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memasuki daerah pemasaran baru dapat memilih saluran ini.

d) Produsen→ Agen→ Distribusi Industri→ Pemakai Industri

Saluran ini merupakan dengan dua tingkat, yang biasanya digunakan untuk perusahaan dengan pertimbangan bahan nilai unit penjualan terlalu kecil untuk dijual secara langsung.

c. Saluran distribusi yang digunakan pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Di dalam usaha memasarkan produk, hal yang perlu diperhatikan pertama kali adalah menetapkan saluran distribusi yang tepat. Penetapan saluran distribusi yang tepat tersebut akan memperlancar arus barang dari tangan produsen ke tangan konsumen yang akan berjalan dengan baik, sehingga konsumen akan dengan mudah mendapatkan produk yang mereka butuhkan.

Dalam produksi yang dihasilkan perusahaan sirup PT. Kartika Polswasti Mahardhika berupa produk minuman yang dapat digolongkan dalam barang konsumsi, maka dalam memasarkan produk harus mampu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika harus dapat menetapkan saluran distribusi yang tepat, yang mampu menyebarkan produknya tetapi tidak menyebabkan mata rantai yang terlalu panjang sehingga tidak menimbulkan biaya yang lebih besar.

Adapun saluran yang digunakan oleh PT. Kartika Polaswasti Mahardhika adalah sebagai berikut:

1) Produsen→ konsumen

Dalam saluran distribusi ini, produsen dalam menjualnya produknya tidak menggunakan perantara, jadi produsen menjualnya langsung kepada konsumen akhir. Pada perusahaan sirup Kartika ini produk dijual secara langsung kepada konsumen. Bagi konsumen yang ingin membeli dapat secara langsung datang atau memesan langsung lewat telepon. Ini berlaku untuk semua wilayah.

2) Produsen→ Pengecer→ Konsumen

Dalam saluran distribusi ini produsen menggunakan jenis perantara yaitu pengecer, dan pengecer dapat melayani secara langsung kepada konsumen. Jenis ini hanya digunakan untuk daerah yang dekat dengan lokasi perusahaan

Contoh: Toko “ Murah “

Jalan Bhayangkara No.28 Gubug.

3) Produsen→ Pedagang Besar→ Pengecer→ Konsumen

Dalam saluran distribusi ini perusahaan mendistribusikan barangnya melalui pedagang besar yang kemudian meneruskannya kepada pengecer, jadi pengecer inilah yang akan

melayani konsumen. Jenis saluran ini biasanya untuk daerah yang belum ada agennya.

Contoh : Macro Cash & Carry

Jalan Raya Majapahit Semarang.

Dilihat dari pembagian distribusinya maka penggunaan saluran tersebut sangat cocok bagi penyaluran produknya karena konsumen didaerah dekat perusahaan cukup banyak.

d. Jenis perantara dalam saluran distribusi

Menurut Basu Swastha dan Irawan (1990 hal 290 – 293). Jenis perantara dalam saluran distribusi dapat digolongkan menjadi 2 (dua) macam yaitu:

1) Perantara Pedagang

Ada 2 (dua) macam perantara pedagang yaitu :

a) Pedagang besar

Adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual barang- barang kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

b) Pengecer

Adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis).

c) Perantara Agen

Pada dasarnya perantara agen ini tidak mempunyai hak milik atas semua barang yang mereka tangani.

Perantara agen digolongkan menjadi 2 (dua) yaitu :

(1) Agen pelengkap

Adalah agen yang tidak aktif dalam memindahkan barang- barang dari produsen ke konsumen seperti : agen pengangkut, agen pembeli, agen penjual, agen penyimpanan.

(2) Agen penunjang

Adalah agen yang secara aktif ikut dalam pemindahan barang- barang dari produsen ke konsumen dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen.

e. Jumlah perantara dalam saluran distribusi

Selain menentukan saluran distribusi yang dipakai, perusahaan perlu menentukan jumlah perantara untuk ditempatkan sebagai pedagang besar atau pengecer. Ada 3 (tiga) perantara dalam saluran distribusi, meliputi:

1) Distribusi Intensif

Distribusi Intensif ini dapat dilakukan oleh produsen yang menjual barang konsumsi. Produsen berusaha menggunakan penyalur terutama pengecer sebanyak- banyaknya untuk mencapai

konsumen / dengan tujuan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan konsumen bagi barang- barang industri.

2) Distribusi Selektif

Perusahaan yang menggunakan distribusi selektif ini berusaha memilih suatu jumlah pedagang besar dan atau pengecer yang terbatas dalam suatu daerah geografis. Biasanya saluran ini dipakai untuk memasarkan produk baru, barang shopping atau barang spesial. Penggunaan saluran ini bertujuan untuk meniadakan penyalur yang tidak menguntungkan dan meningkatkan volume penjualan barang dengan jumlah transaksi lebih terbatas.

3) Distribusi Eksklusif

Distribusi eksklusif ini dilakukan oleh perusahaan dengan hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer dalam daerah pasar tertentu. Jadi produsen menjual barangnya kepada satu pedagang besar atau satu pengecer saja, dengan demikian produsen akan lebih mudah dalam mengadakan pengawasan.

Setelah mengetahui saluran distribusi yang digunakan perusahaan tersebut, maka perusahaan biasanya menentukan jumlah perantara yang akan digunakan yang ditempatkan sebagai pedagang besar ataupun pengecer

Dalam hal ini perusahaan mempunyai pilihan tersendiri, yaitu dengan menggunakan distribusi intensif. Dalam saluran

distribusi intensif ini perusahaan menggunakan penyalur, terutama pengecer yang sebanyak- banyaknya untuk mendekati dan mancapai konsumen. Semua ini dimaksudkan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan konsumen. Semakin cepat terpenuhinya kebutuhan, maka mereka semakin merasakan kepuasan.

Adapun jumlah perantara yang ada dalam perusahaan sirup Kartika sampai sekarang ini yang terdiri dari 123 pedagang besar dan 709 pengecer yang tersebar diberbagai wilayah pemasaran perusahaan ini. Untuk lebih mengetahui jumlah perantara yang digunakan perusahaan tersebut, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.22 Jumlah Perantara Yang Digunakan Pada Perusahaan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika 2004

No	Daerah Pemasaran	Jenis Penyalur	
		Pedagang Besar	Pengecer
1.	Jalur 1 : Purwodadi, Blora, Cepu	11	105
2.	Jalur 2 : Ungaran, Ambarawa, Salatiga, Surakarta	15	86
3.	Jalur 3 : Weleri, Kendal	18	113
4.	Jalur 4 : Demak, Kudus, Pati, Juwana	10	82
5.	Rayon A: Semarang Tengah	12	65
6.	Rayon B: Semarang Selatan	10	73
7.	Rayon C: Semarang Utara	17	77
8.	Rayon D: Semarang Barat	15	58

9	Rayon E: Semarang Timur	15	60
	Jumlah Total	123	709

Sumber: PT, Kartika Polaswasti Mahardika (Agustus, 2004).

Tentunya Perusahaan Syrup Kartika yang berada di kota Gubug menentukan jumlah perantara yang digunakan sebagai saluran distribusi. Hal ini dikarenakan agar perusahaan dapat memantaunya dengan mudah. Perlu diketahui juga bahwa perusahaan ini memberikan potongan harga bagi penyalur yang membeli produk dalam jumlah yang banyak serta memberikan tunjangan Hari Raya. Pemberian bantuan tersebut diharapkan adanya keterkaitan, sehingga bagi penyalur dalam melaksanakan tugas-tugasnya tidak mengalami kesulitan.

Dengan adanya hubungan timbal balik tersebut ditambah dengan adanya komunikasi yang baik antara keduanya, maka akan mampu meningkatkan target penjualan perusahaan setiap harinya. Apabila hal ini terus dipertahankan dan dibina maka perusahaan akan mengalami perkembangan yang pesat sehingga akan mampu mempertahankan daya saing yang tinggi, Namun yang perlu diperhatikan adalah bahwa kualitas dari produk tersebut tetap dipertahankan.

f. Biaya Distribusi

Biaya distribusi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau menyampaikan barang ke pasar. Termasuk kedalamnya adalah :

- 1) Biaya tenaga kerja bagian penjualan, terdiri dari :
 - a) Pengawas penjualan
 - b) Tenaga penjual
 - c) Pegawai kantor penjual
- 2) Biaya angkut, dalam hal ini biaya pengangkutan barang jadi dari pabrik ke pasar atau konsumen.
- 3) Biaya perjalanan, yang terdiri dari :
 - a) Biaya transportasi petugas penjualan.
 - b) Biaya Penginapan petugas penjualan.
 - c) Biaya konsumen petugas penjualan.
- 4) Biaya telepon, dalam hal ini biaya telepon dikeluarkan untuk keperluan penjualan barang.
- 5) Komisi, uang yang diberikan kepada orang- orang tertentu yang telah ikut berjasa dalam transaksi jual beli barang / salesman.
- 6) Penyusutan alat- alat kantor barang penjualan.
- 7) Biaya asuransi.
- 8) Biaya administrasi penjualan.
- 9) Biaya Administrasi dan promosi.

PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dalam menyalurkan/ mendistribusikan produknya dari perusahaan sampai dengan ketangan konsumen menggunakan saluran distribusi langsung dan tak langsung.

Saluran distribusi yang dipilih tersebut diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya. Kegiatan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Kartika

Polaswasti Mahardhika tersebut tentunya membutuhkan biaya, dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pada biaya transportasi atau biaya kirim / biaya gudang yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.23 Biaya saluran distribusi PT. Kartika Polaswasti Mahardhika Tahun 1998 – 2004

Tahun	Biaya Saluran Distribusi		Σ Biaya Saluran Distribusi (Rp)	Perubahan Prosentase (%)
	Biaya Gudang (Rp)	Biaya Kirim (Rp)		
1998	177.234.577	627.802.050	885.273.420	-
1999	192.116.655	620.283.400	902.328.415	1,92
2000	322.228.199	896.664.515	1.328.912.795	65,24
2001	392.109.867	1.033.744.195	1.425.854.062	7,29
2002	523.707.895	1.198.375.483	1.711.964.975	20,07
2004	620.159.313	1.151.725.438	1.771.883.733	3,4
Total Rata-rata	2.227.556.728	5.528.595.081	8.026.217.400	-
	371.259.545	921.432.513,5	1.337.702.900	19,58

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa biaya saluran distribusi selama tahun 1998 – 2004 adalah sebesar Rp. 8.026.217.400 (delapan milyar dua puluh enam juta tujuh ratus dua ribu empat ratus rupiah) dengan rata-rata sebesar Rp. 1.337.702.900 (satu milyar tiga ratus tiga puluh tujuh juta tujuh ratus dua ribu sembilan ratus rupiah) dan rata- rata kenaikan sebesar 19,58 % per tahun.

Prosentase perubahan biaya saluran distribusi pada tahun 1998-1999 adalah sebesar Rp. 1, 92 %,tahun 1999 – 2000 adalah sebesar

65,24 % ,tahun 2000- 2001 adalah sebesar 7,29%, tahun 2001- 2002 adalah sebesar 20,07 %, tahun 2002- 2004 adalah 3,40 %.

Biaya saluran distribusi mengalami prosentase perubahan tertinggi pada periode tahun 1999 – 2000 dimana biaya pengembangan sebesar Rp. 1.328.912.795 (satu milyar tiga ratus dua puluh delapan sembilan ratus dua belas ribu tujuh ratus sembilan puluh lima) atau terjadi peningkatan sebesar 65,24 %. Hal ini disebabkan terjadi peningkatan produksi yang mengakibatkan frekuensi pengiriman meningkat secara kebetulan pengiriman dilakukan terhadap hampir diseluruh perwakilan pada tempat dan lokasi yang berbeda.

Biaya distribusi mengalami prosentase perubahan terendah terjadi pada periode tahun 1998- 1999 dimana biaya saluran distribusi sebesar Rp. 902.328.415 (sembilan ratus dua juta tiga ratus dua puluh delapan ribu empat ratus lima belas rupiah), atau terjadi peningkatan sebesar Rp. 1,92%. Hal ini terjadi efisiensi dalam pengiriman barang.

g. Jenis Alat Transportasi Yang Digunakan

Alat transportasi yang digunakan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dalam memasarkan hasil produksinya adalah jenis kendaraan truk. Alat transportasi ini adalah milik sendiri yang berjumlah sepuluh (10) buah.

Alasan menggunakan jenis alat transportasi jenis kendaraan truk ini adalah praktis, dapat memuat banyak muatan, dan dapat menempuh jarak yang jauh.

e. Volume penjualan

Penjualan menurut Basu Swasta dan Irawan (1990 ; 2) adalah sebagai berikut :

Penjualan adalah suatu usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah ada / dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama.

Dengan pengertian diatas, maka penjualan dilakukan oleh perusahaan dengan menawarkan produknya kepada konsumen yang membayar sejumlah uang sesuai dengan harga produk tersebut dan atas persetujuan bersama. Jadi volume penjualan merupakan besarnya penjualan yang dipakai dalam periode tertentu yang dapat dinyatakan dalam unit barang.

Volume penjualan / hasil penjualan merupakan banyaknya jumlah barang atau produk yang berhasil dijual dalam periode waktu tertentu. Dengan mengetahui tingkat penjualan diharapkan perusahaan mampu menganalisa dan meramalkan keuntungan dan tingkat penjualan pada tahun- tahun yang akan datang .

Adapun data-data hasil penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.24 Volume Penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika tahun 1998- 2004

Tahun	Volume Penjualan	Prosentase (%)
1998	4.162.320.745	-
1999	4.257.395.250	2,28
2000	6.790.278.125	59,49
2001	7.425.713.620	9,35
2002	8.522.519.025	14,77
2003	8.697.635.450	2,05
Total	39.855.862.215	-
Rata- rata	6.642.643.702	17,59

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui, bahwa volume penjualan selama tahun 1998- 2004 adalah sebesar Rp. 39.855.862.215 (tiga puluh sembilan milyar delapan ratus lima puluh lima juta delapan ratus enam puluh dua ribu dua ratus lima belas) dengan rata-rata sebesar Rp. 6.642.643.702 (enam milyar enam ratus empat puluh dua juta enam ratus empat puluh tiga ribu tujuh ratus dua rupiah); dan rata-rata kenaikan 17,59 % pertahun.

Prosentase perubahan volume penjualan pada tahun 1998- 1999 adalah sebesar 2,28 %, tahun 1999- 2000 adalah sebesar 59,49 %, tahun 2000- 2001 adalah sebesar 9,35 %, tahun 2001- 2002 sebesar 14,77 %, tahun 2004 adalah sebesar 2,05 %.

Volume penjualan mengalami prosentase perubahan tertinggi terjadi pada periode 1999 – 2000 dimana biaya pengembangan sebesar Rp. 6.790.278.125 (enam milyar tujuh ratus sembilan puluh juta dua ratus tujuh puluh delapan ribu seratus dua puluh lima rupiah); atau terjadi peningkatan sebesar 59,49 %, hal ini disebabkan perubahan pada konsumen.

Volume penjualan mengalami prosentase perubahan terendah terjadi pada periode 2002- 2003 dimana volume penjualan sebesar Rp. 8.697.635.450 (delapan milyar enam ratus sembilan puluh tujuh juta enam ratus tiga puluh lima ribu empat ratus lima puluh rupiah) atau terjadi peningkatan sebesar 2,05 %. Hal ini terjadi penurunan daya beli konsumen.

4. Hasil Analisis Data

Hasil analisis data dalam penelitian ini untuk mengungkap seberapa jauh peranan lokasi, bahan mentah, tenaga kerja dan pemasaran dalam mendukung industri Syrup P.T. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

1. Peranan Bahan Mentah dalam Mendukung Perkembangan Volume Penjualan Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Untuk menganalisis peranan bahan mentah dalam mendukung perkembangan volume penjualan Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara biaya bahan mentah sebagai variabel bebas dan volume penjualan. Besarnya biaya bahan mentah dari tahun 1998-2003 dapat dilihat pada tabel 4.24.

Tabel 4.25 Besarnya Biaya Bahan Mentah PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Gula	Flavour	Pewarna	Asam Bensoat	Asam Sitrat	Pemanis Buatan	Pengental	Total
1998	1504,8	672,00	18,24	23,40	43,20	2,400	96	2360,0
1999	1632,0	802,56	20,40	31,20	50,22	3,036	180	2719,4
2000	1890,0	912,00	26,10	32,40	57,00	3,450	432	3353,0
2001	2030,4	989,40	28,08	40,32	64,02	3,888	672	3828,1
2002	2188,8	1034,88	31,92	44,10	71,28	4,698	912	4287,7
2003	2400,0	1200,00	36,00	48,00	84,00	5,400	1152	4925,4
Rata-rata	1941,0	935,14	26,79	36,57	61,62	3,812	574	3578,9

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Berdasarkan data tersebut tampak bahwa biaya yang paling tinggi yaitu untuk pembelian gula dengan rata-rata Rp 1.941.000.000 (Satu milyar sembilan ratus empat puluh satu juta rupiah), dan yang paling kecil adalah pemanis buatan Rp 3.812.000 (Tiga juta delapan ratus dua belas ribu rupiah). Rata-rata biaya pembelian bahan mentah Rp 3.578.900.000, (Tiga milyar lima ratus tujuh puluh delapan juta sembilan ratus ribu rupiah).

Berdasarkan hasil Output SPSS 1.0 tersebut diperoleh koefisien regresi dengan bahan mentah sebagai variabel bebas dan volume penjualan sebagai variabel terikat sebesar 2.006 dengan konstanta -537266014 , sehingga model persamaan regresi untuk menggambarkan peranan bahan mentah terhadap volume penjualan yaitu: $Y = 2,006 \text{ BM} - 537.266.014$. Model tersebut berarti bahwa untuk setiap terjadi kenaikan Rp 1000.000 bahan mentah akan diikuti kenaikan volume penjualan sebesar Rp 2.006.000. Koefisien regresi tersebut diuji keberartiannya menggunakan uji t dan diperoleh t_{hitung} sebesar 7,051 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$, yang berarti hipotesis yang menyatakan bahwa bahan mentah mendukung industri PT. Kartika Polaswasti Mahardika diterima. Dengan diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa bahan mentah secara nyata mempunyai peranan positif terhadap perkembangan volume penjualan pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

Besarnya peranan bahan mentah dalam mendukung volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari kuadrat correlations partial (pada lampiran 1) yaitu sebesar $0,962^2 = 0,925444$ atau 92,5444%. Berdasarkan besarnya persentasenya menunjukkan bahwa bahan mentah mempunyai peranan yang besar terhadap volume penjualan sirup di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Hal ini disebabkan bahan mentah merupakan bahan yang utama harus disediakan perusahaan untuk memproduksi sirup. Tanpa adanya bahan utama tersebut, maka perusahaan tidak akan berjalan.

2. Peranan Tenaga Kerja dalam Mendukung Industri Sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Untuk mengetahui peranan tenaga kerja dalam mendukung perkembangan volume penjualan industri Sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara perubahan jumlah tenaga kerja yang digunakan, sistem pengupahan terhadap volume penjualan. Data tentang jumlah tenaga kerja dari tahun 1998 – 2003 dapat dilihat pada tabel 4.26.

Tabel 4.26. Jumlah tenaga kerja PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Total
1998	35	20	55
1999	38	20	58
2000	40	20	60
2001	42	21	63
2002	41	24	65
2003	41	24	65

Berdasarkan hasil Output SPSS 10.0 tersebut diperoleh koefisien regresi untuk jumlah tenaga kerja sebesar 477.995.814,573 dengan konstanta -22.515.100.986, sehingga model persamaan regresi untuk menggambarkan peranan jumlah tenaga kerja terhadap volume penjualan yaitu:

$$Y = 477.995.814,573 \text{ TK} - 22.515.100.986$$

Model tersebut berarti bahwa untuk setiap terjadi penambahan jumlah tenaga kerja 1 orang akan diikuti kenaikan volume penjualan sebesar Rp 477.995.814,573. Koefisien regresi tersebut diuji keberartiannya menggunakan uji t dan diperoleh t_{hitung} sebesar 7,073 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$, yang berarti hipotesis yang menyatakan tenaga kerja mendukung industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika diterima. Dengan diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja secara nyata mempunyai peranan positif terhadap perkembangan volume penjualan pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

Besarnya peranan jumlah tenaga kerja dalam mendukung volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari kuadrat correlations partial (pada lampiran 2) yaitu sebesar $0,962^2 = 0,925444$ atau 92,5444%. Berdasarkan besarnya persentasenya menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja mempunyai peranan yang besar terhadap volume penjualan sirup di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Hal ini disebabkan

tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang mutlak diperlukan perusahaan untuk menjalankan proses produksi sirup.

Perubahan besar upah yang diberikan oleh perusahaan terhadap karyawan ternyata juga mempunyai peranan terhadap perkembangan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara perubahan besar upah dengan volume penjualan. Tabel berikut menampilkan perubahan upah dari tahun 1998 - 2003 yang diberikan kepada karyawan.

Tabel 4.27 Perubahan Besarnya Upah dari Tahun 1998-2003 pada Karyawan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Bagian	Tahun					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Keuangan (Rp/bln)	750000	750000	780000	780000	800000	800000
Pengawas produksi (Rp/bln)	650000	650000	680000	680000	700000	700000
Administrasi (Rp/bln)	600000	600000	630000	630000	650000	650000
Pemasaran (Rp/bn)	700000	700000	730000	730000	750000	750000
Tenaga looper (Rp/krat)	350	400	450	500	550	600
Pemasakan sirup (Rp/wajan)	2800	3000	3300	3500	3700	4000
Penyaringan sirup (Rp/krat)	100	125	150	175	200	250
Pengisian sirup (Rp/krat)	100	125	150	175	200	250
Penutupan botol (Rp/krat)	100	125	150	175	200	250
Pencucian botol (Rp/krat)	350	400	450	500	550	600
Penjemuran botol (Rp/krat)	100	125	150	175	200	250
Pemasangan logo (Rp/krat)	100	125	150	175	200	250
Mandor (Rp/bln)	650000	650000	680000	680000	700000	700000
Sopir (Rp/hari)	20000	21000	22500	23000	24000	25000
Umum (Rp/hari)	13000	13500	14000	14000	14500	15000

Berdasarkan tabel tersebut tampak bahwa setiap tahunnya upah karyawan dinaikkan. Kenaikan upah ini secara langsung berpengaruh

terhadap kesejahteraan karyawan yang akhirnya termotivasi untuk meningkatkan produktivitas kerja. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis korelasi antara perubahan besarnya upah dengan volume penjualan.

Berdasarkan hasil analisis korelasi tampak bahwa korelasi antara perubahan upah dan volume penjualan dari masing-masing bagian karyawan di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika lebih dari 0,9 dengan probabilitas kurang dari 0,05, yang berarti bahwa perubahan upah karyawan mempunyai peranan yang positif terhadap volume penjualan.

Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan bahwa secara signifikan tenaga kerja baik dari segi jumlah maupun sistem pengupahannya mendukung industri sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

3. Peranan Pemasaran dalam Mendukung Perkembangan Volume Penjualan Industri Sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Berdasarkan hasil Output SPSS 1.0 tersebut diperoleh koefisien regresi untuk biaya pemasaran sebesar 5,234 dengan konstanta – 358.567.965,10, sehingga model persamaan regresi untuk menggambarkan peranan pemasaran terhadap volume penjualan yaitu: $Y = 5,234 P - 358.567.965,10$.

Model tersebut berarti bahwa untuk setiap terjadi penambahan biaya pemasaran sebesar Rp 1.000.000 akan diikuti kenaikan volume penjualan sebesar Rp. 5.234.000. Koefisien regresi tersebut diuji keberartiannya menggunakan uji t dan diperoleh t_{hitung} sebesar 19,142 dengan probabilitas $0,000 < \alpha = 0,05$, yang berarti hipotesis yang menyatakan pemasaran mendukung industri Sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika diterima. Dengan diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa biaya

pemasaran secara nyata mempunyai peranan positif terhadap perkembangan volume penjualan pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

Besarnya peranan pemasaran dalam mendukung volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari kuadrat correlations partial (pada lampiran 3) yaitu sebesar $0,995^2 = 0,990025$ atau 99,0025%. Berdasarkan besarnya persentasenya menunjukkan bahwa biaya pemasaran mempunyai peranan yang besar terhadap volume penjualan sirup di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Hal ini disebabkan pemasaran merupakan salah satu proses mendistribusikan barang ke konsumen yang akhirnya pihak konsumen akan memperoleh barang yang dibutuhkan dan pihak perusahaan mendapatkan hasil penjualan. Tanpa adanya proses pemasaran barang tidak akan sampai ke konsumen, dan secara langsung penjualan akan berhenti.

Tabel 4.28 Biaya saluran distribusi PT. Kartika Polaswasti Mahardhika
Tahun 1998 – 2003

Tahun	Biaya Saluran Distribusi		Σ Biaya Saluran Distribusi(Rp)	Perubahan Prosentase (%)
	Biaya udang (Rp)	Biaya Kirim(Rp)		
1998	177.234.577	627.802.050	885.273.420	-
1999	192.116.655	620.283.400	902.328.415	1,92
2000	322.228.199	896.664.515	1.328.912.795	65,24
2001	392.109.867	1.033.744.195	1.425.854.062	7,29
2002	523.707.895	1.198.375.483	1.711.964.975	20,07
2003	620.159.313	1.151.725.438	1.771.883.733	3,4
Total Rata-rata	2.227.556.728 371.259.545	5.528.595.081 921.432.513,5	8.026.217.400 1.337.702.900	- 19,58

Sumber : PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa biaya saluran distribusi selama tahun 1998 – 2003 adalah sebesar Rp. 8.026.217.400 (delapan milyar dua puluh enam juta tujuh ratus dua ribu empat ratus rupiah) dengan rata-rata sebesar Rp. 1.337.702.900 (satu milyar tiga ratus tiga puluh tujuh juta tujuh ratus dua ribu sembilan ratus rupiah) dan rata-rata kenaikan sebesar 19,58 % per tahun.

Prosentase perubahan biaya saluran distribusi pada tahun 1998-1999 adalah sebesar Rp. 1, 92 %,tahun 1999 – 2000 adalah sebesar 65,24 % ,tahun 2000- 2001 adalah sebesar 7,29%, tahun 2001- 2002 adalah sebesar 20,07 %, tahun 2002- 2003 adalah 3,40 %.

Biaya saluran distribusi mengalami prosentase perubahan tertinggi pada periode tahun 1999 – 2000 dimana biaya pengembangan sebesar Rp. 1.328.912.795 (satu milyar tiga ratus dua puluh delapan sembilan ratus dua belas ribu tujuh ratus sembilan puluh lima) atau terjadi peningkatan sebesar 65,24 %. Hal ini disebabkan terjadi peningkatan produksi yang mengakibatkan frekuensi pengiriman meningkat secara kebetulan pengiriman dilakukan terhadap hampir diseluruh perwakilan pada tempat dan lokasi yang berbeda.

Biaya distribusi mengalami prosentase perubahan terendah terjadi pada periode tahun 1998- 1999 dimana biaya saluran distribusi sebesar Rp. 902.328.415 (sembilan ratus dua juta tiga ratus dua puluh delapan ribu empat ratus lima belas rupiah), atau terjadi peningkatan sebesar Rp. 1,92%. Hal ini terjadi efisiensi dalam pengiriman barang.

4. Peranan Lokasi dalam Mendukung Perkembangan Volume Penjualan Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika

Untuk mengetahui peranan lokasi dalam mendukung perkembangan volume penjualan Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara jarak pemasaran sebagai variabel bebas dan volume penjualan sebagai variabel terikat. Selain itu dapat dilihat dari efektifitas biaya transportasi dengan menggunakan teori lokasi menurut teori Von Thunen.

Model tersebut berarti bahwa untuk setiap terjadi penambahan jarak pemasaran sebesar 1 km akan diikuti kenaikan volume penjualan sebesar Rp. 3.768.875,86. Koefisien regresi tersebut diuji keberartiannya menggunakan uji t dan diperoleh t_{hitung} sebesar 3,367 dengan probabilitas $0,001 < \alpha = 0,05$, yang berarti hipotesis yang menyatakan jarak pemasaran mendukung industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika diterima. Dengan diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa jarak pemasaran secara nyata mempunyai peranan positif terhadap perkembangan volume penjualan pada PT. Kartika Polaswasti Mahardhika.

Besarnya peranan jarak pemasaran dalam mendukung volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dapat dilihat dari kuadrat correlations partial (pada lampiran 4) yaitu sebesar $0,423^2 = 0,179$ atau 17,9%. Berdasarkan besarnya persentasenya menunjukkan bahwa jarak lokasi pemasaran mempunyai peranan terhadap volume penjualan syrup di PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Hal ini disebabkan semakin jauh jarak pemasaran dengan industri akan menambah konsumen dalam memperoleh barang yang dibutuhkan sehingga pihak perusahaan mendapatkan hasil penjualan.

Dengan menggunakan teori Von Thunen perhitungannya biaya transportasi dan biaya produksi dibandingkan dengan hasil penjualan,

apabila diperoleh tingkat laba yang positif maka dapat disimpulkan bahwa lokasi tersebut berperan dalam mendukung perusahaan. Hal ini dapat dipahami bahwa lokasi yang strategis merupakan lokasi yang secara ekonomi efektif ditinjau dari jarak lokasi dengan bahan baku maupun dengan lokasi pemasaran.

Data biaya produksi, biaya transportasi dan volume penjualan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29 Total Biaya Produksi

Tahun	Biaya Produksi		
	Biaya pengupahan	Bahan Baku	Total
1998	255312000	2360040000	2615352000
1999	293478000	2719416000	3012894000
2000	339024000	3352950000	3691974000
2001	319170000	3828108000	4147278000
2002	420732000	4287678000	4708410000
2003	456612000	4925400000	5382012000

Tabel 4.30 Total Biaya Transportasi

Tahun	Biaya Transportasi		
	Bongkar muat	Pemasaran	Total
1998	45500000	885273420	930773420
1999	52000000	902328415	954328415
2000	64670000	1328912795	1393582795
2001	73830000	1425854062	1499684062
2002	82690000	1711964975	1794654975
2003	95000000	1771883733	1866883733

Tabel 4.31 Total Volume Penjualan dan Laba yang diperoleh

Tahun	Volume Penjualan	Laba
1998	4162320745	616195325
1999	4257395250	290172835
2000	6790278125	1704721330
2001	7425713620	1778751558
2002	8522519025	2019454050
2003	8697635450	1448739717

Berdasarkan tabel tersebut, tampak bahwa setiap tahunnya perusahaan mengalami keuntungan. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa lokasi perusahaan mempunyai peranan dalam mendukung Industri Syrup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika. Secara geografis lokasi perusahaan tersebut di dekat jalan raya yang menghubungkan kota Semarang dengan kota Purwodadi. Bahan baku diambil dari kota Semarang yang relatif dekat dengan lokasi dengan jarak-rata-rata 35 km dan rata-rata jarak dengan lokasi pemasaran mencapai 60 km. Di samping lokasi perusahaan dekat tempat tinggal tenaga kerja.

Besarnya sumbangan relatif dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel 4.32.

Tabel 4.32 Sumbangan Relatif Lokasi, Bahan Mentah, Tenaga Kerja dan Pemasaran terhadap Volume Penjualan

Variabel bebas	R ²	Sumbangan relatif
Lokasi	0,179	5,93%
Bahan mentah	0,926	30,66%
Tenaga kerja	0,926	30,66%
Pemasaran	0,989	32,75%
Total	3,02	100%

Berdasarkan tabel 4.32 tersebut tampak bahwa kontribusi tertinggi terhadap volume penjualan yaitu pemasaran mencapai 32,75%, diikuti bahan mentah (30,66%), tenaga kerja (30,66%) dan paling rendah mencapai 5,93% dari lokasi.

5. Teori Interaksi Keruangan

a. Gravitasi dan Teori Interaksi Sosial

Hukum gravitasi diterangkan bahwa “ besarnya kekuatan tarik- menarik antara dua benda adalah berbanding terbalik dengan jarak dua pangkat dua”.

Interaksi antara kelompok manusia satu dengan kelompok manusia lain sebagai produsen dan konsumen beserta barang- barang yang diperlukan, menunjukkan adanya gerakan (*movement*). Produsen sesuatu barang pada umumnya terletak di sebuah tempat tertentu dalam ruang geografi(*geographical space*), sedang para langganannya tersebar dengan pelbagai jarak di sekitar produsen. Sebelum transaksi terjadi harus ada gerakan terlebih dahulu.

Tabel 4.33. **JALUR LOKASI PEMASARAN PT. KARTIKA
POLASWASTI MAHARDIKA 2004**

Kec. / Kodya	Jalur I (Km)			Jalur II (Km)		Jalur III (Km)				Jalur IV(Km)			
	Purwodadi	Blora	Cepu	Weleri	Kendal	Ungaran	Ambarawa	Salatiga	Surakarta	Demak	Kudus	Pati	Juwana
Gubug	24	82	83	66	53	50	61	71	173	21	46	66	78

Tabel 4.34. **JARAK RAYON LOKASI PEMASARAN PT. KARTIKA POLASWASTI MAHARDIKA 2004**

Kec.	Rayon A	Rayon B	Rayon C	Rayon D	Rayon E
	Semarang Tengah (Km)	Semarang Selatan (Km)	Semarang Utara (Km)	Semarang Barat (Km)	Semarang Timur (Km)
Gubug	35	45	40	40	30

Sumber: PT. Kartika Polaswasti Mahardhika (Agustus, 2004).

Tabel 4.35. **JUMLAH PENDUDUK MASING – MASING LOKASI PEMASARAN PT. KARTIKA POLASWASTI MAHARDHIKA 2004**

Jalur / Rayon	Kec. / Kodya	Jumlah Penduduk (Jiwa)
Jalur I	Gubug	8423
Jalur I	Purwodadi	120218
Jalur I	Blora	761396
Jalur I	Cepu	74612
Jalur II	Weleri	56379
Jalur II	Kendal	50178
Jalur III	Ungaran	115406
Jalur III	Ambarawa	83400
Jalur III	Salatiga	146467
Jalur III	Surakarta	555395
Jalur I V	Demak	96024
Jalur I V	Kudus	724969
Jalur I V	Pati	100507
Jalur I V	Juwana	80452
Rayon A	Semarang Tengah	75835

Rayon B	Semarang Selatan	8241
Rayon C	Semarang Utara	123353
Rayon D	Semarang Barat	150496
Rayon E	Semarang Timur	83897

Sumber: BPS Kota Semarang 2004).

b. Rumus Gravitasi dan Interaksi sosial

$$I = \frac{P_1 \cdot P_2}{d^2} \longrightarrow$$

I : inrteraksi di antara kedua region

P_1, P_2 : jumlah penduduk masing-masing region

d : jarak diantara kedua region

$$I_{g \text{ pwd}} = \frac{8423 \times 120218}{(24)^2} = \frac{1012596214}{576} = 1757979,538 \quad (I = 1,757)$$

$$I_{g \text{ blr}} = \frac{8423 \times 761396}{(82)^2} = \frac{761396}{6724} = 953783,2403 \quad (I = 0,950)$$

$$I_{g \text{ cp}} = \frac{8423 \times 74612}{(83)^2} = \frac{628456876}{6889} = 91226,13964 \quad (I = 0,091)$$

$$I_{g \text{ wlr}} = \frac{8423 \times 56379}{(66)^2} = \frac{474880317}{4356} = 109017,52 \quad (I = 0,109)$$

$$I_{g \text{ kdl}} = \frac{8423 \times 50178}{(53)^2} = \frac{422649294}{2809} = 150462,5468 \quad (I = 0,150)$$

$$I_{g \text{ ungr}} = \frac{8423 \times 115406}{(50)^2} = \frac{972064738}{2500} = 388825,8952 \quad (I = 0,388)$$

$$I_{g \text{ amb}} = \frac{8423 \times 83400}{(61)^2} = \frac{702478200}{3721} = 188787,4765 \quad (I = 0,190)$$

$$I_{g \text{ sltg}} = \frac{8423 \times 146467}{(71)^2} = \frac{1233691541}{5041} = 244731,5098 \quad (I = 0,240)$$

$$\begin{aligned}
 \text{Ig srkt} &= \frac{8423 \times 555395}{(173)^2} = \frac{4678092085}{29929} = 156306,3278 \quad (I = 0,156) \\
 \text{Ig dmk} &= \frac{8423 \times 96024}{(21)^2} = \frac{808810152}{441} = 1834036,626 \quad (I = 1,834) \\
 \text{Ig kds} &= \frac{8423 \times 724969}{(46)^2} = \frac{6106413887}{2116} = 2885828,869 \quad (I = 2,885) \\
 \text{Ig pti} &= \frac{8423 \times 100507}{(66)^2} = \frac{846570461}{4356} = 19345,8359 \quad (I = 0,194) \\
 \text{Ig jwn} &= \frac{8423 \times 8042}{(78)^2} = \frac{67776471961}{6084} = 111381,8534 \quad (I = 0,111) \\
 \text{Ig smtg} &= \frac{8423 \times 75835}{(35)^2} = \frac{638758205}{1225} = 521435,2694 \quad (I = 0,521) \\
 \text{Ig smsl} &= \frac{8423 \times 8241}{(45)^2} = \frac{69413943}{2025} = 34278,49037 \quad (I = 0,0342) \\
 \text{Ig smut} &= \frac{8423 \times 123353}{(30)^2} = \frac{1039002319}{900} = 1154447,021 \quad (I = 1,154) \\
 \text{Ig smtm} &= \frac{8423 \times 83897}{(30)^2} = \frac{706664431}{900} = 785182,7011 \quad (I = 0,785) \\
 \text{Ig smbrt} &= \frac{8423 \times 150496}{(40)^2} = \frac{1267627808}{1600} = 792267,38 \quad (I = 0,792)
 \end{aligned}$$

Tabel 4.36. **Besarnya nilai Interaksi Sosial**

Jalur/ rayon	Lokasi pemasaran	Jarak (km)	Jumlah penduduk	Besarnya nilai interaksi (I)
Jalur I	Purwodadi	24	120218	1,76
Jalur I	Blora	82	87181	0,95
Jalur I	Cepu	83	74612	0,09
Jalur I	Weleri	66	56379	0,10
Jalur II	Kendal	53	50178	0,15
Jalur III	Ungaran	50	115406	0,39
Jalur III	Ambarawa	61	83400	0,19
Jalur III	Salatiga	71	146467	0,24
Jalur III	Surakarta	173	555395	0,16
Jalur IV	Demak	21	96024	1,83
Jalur I V	Kudus	46	724969	2,89
Jalur I V	Pati	66	100507	0,19
Jalur I V	Juwana	78	80452	0,11
Rayon A	Semarang Tengah	35	75835	0,52
Rayon B	Semarang Selatan	45	8241	0,03
Rayon C	Semarang Utara	40	123353	1,15
Rayon D	Semarang Barat	40	150496	0,79
Rayon E	Semarang Timur	30	83897	0,79

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup jalur IV di kota Kudus adalah yang paling besar ($I= 2,89$). Sedangkan nilai interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup di rayon B Semarang selatan adalah paling kecil ($I= 0,03$). Ini berarti bahwa frekuensi hubungan sosial, ekonomi, dan sebagainya diantara lokasi pemasaran sirup PT. Kartika Polaswasti

Mahardhika tertinggi jika dibandingkan dengan interaksi antar lokasi pemasaran sirup lainnya.

Tinggi rendahnya nilai satu interaksi ditentukan oleh jarak antar region dimana pada umumnya jarak yang terpendek memiliki angka interaksi yang terbesar, tetapi hal tersebut tidak selamanya mutlak, kadang jarak yang terpendek memiliki interaksi yang kecil, sebagai contoh interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di kota Surakarta yang jarak relatifnya besar (173 km) tetapi memiliki nilai interaksi yang cukup baik yaitu sebesar ($I=0,16$) dibandingkan nilai interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di kota Cepu dengan jarak 83 km dengan nilai interaksi ($I=0,09$).

Nilai interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup jalur IV di kota Kudus dengan jarak 46 km adalah yang paling besar yaitu sebesar ($I=2,89$) km, ini dikarenakan:

I. Kudus merupakan kota yang mempunyai lokasi strategi, yaitu terletak diperbatasan kota- kota besar, seperti: Kota Pati, Purwodadi, Demak, Jepara dan kota Semarang, selain itu Kudus dari segi komunikasi dan transportasi untuk kelancaran perpindahan arus manusia, materi, sumber tenaga dan energi sangat mendukung karena adanya jalan raya yang menghubungkan jalan propinsi sehingga mendukung adanya lokasi industri.

II. Dilihat dari sektor produktif sektor industri, Kudus merupakan kota sebagai pusat industri adalah muncul kegiatan perdagangan dan jasa. Kedua sektor ini merupakan kegiatan yang sangat terkait erat dalam hubungan sebab akibat. Kota Kudus sebagai pusat industri dengan adanya kegiatan perdagangan dalam berbagai skala pelayanan

mengakibatkan munculnya fungsi kota sebagai suatu pusat perdagangan dan jasa.

B. Pembahasan

Hasil observasi seperti pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa bahan baku sirup yang terdiri dari gula, flavour, pewarna, asam benzoat, asam sitrat, pemanis buatan dan pengental dibeli 5 macam perusahaan di Semarang. Untuk bahan baku gula di dua tempat, flavour di dua tempat dan pewarna, asam benzoat, asam sitrat, pemanis buatan dan pengental di satu tempat. Dengan tidak menggantungkan pada satu tempat secara ekonomis menguntungkan pihak perusahaan, sebab akan mempermudah mendapatkan bahan baku sehingga proses produksi dapat berjalan. Berkaitan dengan harga, apabila dibeli dalam satu perusahaan, maka tidak dapat memilih harga yang paling efektif yang dapat memperkecil pengeluaran. Sebagai contoh pada pembelian gula, sebagai bahan baku utama yang biayanya paling besar daripada biaya bahan lainnya, dibeli di dua tempat (PT. Singamas Semarang dan PT. Inti Utama Semarang) dan diambil satu kali/ bulan. Kebijakan ini secara finansial menguntungkan perusahaan, sebab apabila di salah satu perusahaan tersebut menjual gula dengan harga yang lebih murah, maka pihak perusahaan dapat membeli gula di tempat tersebut. Kebijakan serupa dilakukan untuk pembelian flavour sebagai bahan baku yang memerlukan biaya yang cukup besar. Untuk pembelian pewarna, asam benzoat, asam sitrat, pemanis buatan dan pengental yang relatif kecil di beli pada satu tempat yaitu PT. Kimia Jaya Semarang sebab pembelian ini dapat dilakukan dalam satu paket.

Berdasarkan hasil analisis regresi (lampiran 1) menunjukkan bahwa pembelian bahan baku ini berpengaruh besar terhadap volume penjualan. Dengan bertambahnya biaya bahan baku maka volume penjualannya meningkat pula. Hal ini disebabkan biaya bahan baku sebanding dengan jumlah bahan baku yang dibeli dan dengan penambahan kuantitas bahan baku akan meningkatkan produksinya. Peningkatan produksi ini dipengaruhi oleh peningkatan jumlah lokasi pemasaran. Secara langsung maka hasil penjualannya juga meningkat. Hal ini disebabkan bahan baku merupakan salah satu faktor utama agar perusahaan dapat memproduksi sirup. Berkurangnya bahan baku atau berhentinya pemasokan bahan baku secara langsung produksi sirup akan berkurang dan berhenti, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Berkaitan dengan kondisi ini maka kebijakan pihak manajemen dalam memperoleh bahan baku dan mengambil harga yang paling efektif merupakan bagian yang penting untuk mengembangkan perusahaan.

Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang penting keberadaannya dalam perusahaan, sebab dengan tenaga kerja proses produksi sehari-hari dapat dijalankan. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja tidak banyak mengalami perubahan dari tahun 1998 – 2003 yaitu berkisar antara 55-65 orang. Jumlah tenaga kerja ini ditinjau dari tingkat produktivitasnya efektif untuk perusahaan, sebab dari jumlah tenaga kerja tersebut terbagi dalam 15 bagian yang bekerja sesuai bidangnya masing-masing dan merupakan suatu sistem yang tidak dapat dipisahkan. Ditinjau dari tingkat pendidikannya sebagian besar tamatan SD yang mencapai 47,8%, selebihnya

30,7% tamatan SLTP, 16,9% tamatan SLTA dan hanya 4,6% tamatan perguruan tinggi. Untuk tenaga kerja dengan tamatan SD dan SLTP banyak menempati di bagian produksi, untuk tamatan SLTA di bidang pemasaran, sedangkan bagian keuangan administrasi ditempati oleh tenaga kerja tamatan perguruan tinggi. Secara finansial, tenaga kerja yang digunakan efektif, sebab tidak banyak biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan proses jalannya perusahaan. Untuk bidang pemasaran, administrasi dan keuangan yang membutuhkan tenaga kerja yang terampil diambil dari lulusan SLTA dan Perguruan Tinggi, sehingga lebih efisien kinerjanya. Untuk bagian produksi yang lebih membutuhkan tenaga fisik diambil dari tamatan SD dan SLTP. Secara finansial, pihak perusahaan mendapatkan keuntungan, sebab tenaga kerja di Desa Gubug dan sekitarnya relatif lebih murah. Meskipun demikian perubahan upah ternyata sangat mendukung volume penjualan. Seperti pada hasil analisis regresi pada lampiran 2 yang menunjukkan adanya korelasi yang tinggi antara besarnya upah dengan volume penjualan. Dengan adanya peningkatan upah akan mempengaruhi kesejahteraan tenaga kerja dan meningkatkan motivasi kerja. Dengan motivasi kerja yang tinggi akan berpengaruh pula terhadap kerja karyawan. Pada bagian produksi akan meningkatkan volume produksi, pada bagian pemasaran akan memperluas daerah pemasaran, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil analisis regresi seperti pada lampiran 3 yang menunjukkan bahwa biaya pemasaran mempunyai peranan yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Dengan meningkatnya biaya pemasaran

menunjukkan adanya perluasan daerah pemasaran dan secara langsung menaikkan volume penjualan.

Secara geografi ekonomi, lokasi PT. Kartika Polaswasti Mahadhika Gubug mendukung perkembangan perusahaan, sebab jarak antara lokasi dengan pengambilan bahan baku, pemasaran dan tenaga kerja relatif dekat. Dari hasil analisis perbandingan biaya transportasi, distribusi, biaya produksi dan volume penjualan dari tahun-ketahun mengalami keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi tersebut strategis untuk perusahaan.

Interaksi keruangan merupakan suatu pengertian yang dalam geografi social dipakai untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pengaruh keruangan dari relasi yang ada antara manusia dan manusia serta antara manusia dengan lingkungannya.

Berdasarkan analisis teori Gravitasi dan Interaksi sosial (tabel 4.36) nilai interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup jalur IV di kota Kudus adalah yang paling besar ($I = 2,89$). Ini berarti bahwa frekuensi hubungan sosial, ekonomi, dan sebagainya diantara lokasi pemasaran sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika tertinggi jika dibandingkan dengan interaksi antar lokasi pemasaran sirup lainnya, sedangkan nilai interaksi antara lokasi perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di desa Gubug dengan lokasi pemasaran sirup di rayon B Semarang selatan adalah paling kecil ($I = 0,03$).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil beberapa simpulan:

1. Bahan baku secara signifikan mempunyai peranan yang mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara biaya bahan baku dengan volume penjualan diperoleh t_{hitung} 7,051 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$. Bahan baku mempunyai peranan yang sangat tinggi dalam mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan yaitu mencapai 30,66%. Bahan baku merupakan bahan utama untuk proses produksi. Tanpa adanya bahan baku maka proses produksi akan berhenti dan perusahaan mengalami kerugian.
2. Tenaga kerja yang digunakan secara finansial menguntungkan perusahaan, sebab upah tenaga kerja untuk daerah Gubug tidak terlalu tinggi. Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang sangat menentukan proses berlangsungnya perusahaan. Dengan peningkatan jumlah tenaga kerja ternyata berpengaruh terhadap peningkatan volume tenaga kerja. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara jumlah tenaga kerja dengan volume penjualan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 7,073 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$. Besarnya peranan tenaga kerja dalam mendukung PT.

Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan mencapai 30,66%.

3. Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam mendukung perkembangan volume penjualan PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, sebab dengan adanya perluasan pemasaran secara langsung akan meningkatkan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi antara biaya pemasaran dan volume penjualan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 19,142 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Besarnya kontribusi pemasaran ini mencapai 32,75%.
4. Lokasi PT. Kartika Polaswasti Mahardhika di Desa Gubug Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan cukup strategis yaitu terletak di dekat jalan raya yang menghubungkan kota Semarang dan Purwodadi. Berdasarkan hasil analisis perbandingan antara biaya transportasi, biaya produksi dan volume penjualan menunjukkan bahwa dari tahun 1998-2003, perusahaan tersebut mengalami keuntungan. Besarnya kontribusi lokasi terhadap volume penjualan sebesar 5,83%.
5. Nilai Gravitasi dan Interaksi sosial untuk mengetahui interaksi keruangan diantara dua region, yaitu antara perusahaan sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika yang berada di desa Gubug dengan daerah pemasaran produk sirup PT. Kartika Polaswasti Mahardhika dengan nilai interaksi paling tinggi di kota Kudus ($I = 2,89$), dikarenakan Kudus kota yang mempunyai lokasi strategis diperbatasan kota- kota besar sehingga mendukung adanya lokasi industri akibatnya Kudus berkembang menjadi kota sebagai pusat industri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan antara lain:

1. Pemasaran mempunyai andil yang besar dalam memajukan perusahaan, oleh karena itu memperluas daerah pemasaran dengan mengenalkan produk lewat media cetak maupun media elektronik.
2. Bahan baku mempunyai peranan yang penting dalam memajukan perusahaan, oleh karena itu pihak perusahaan hendaknya lebih menjaga kualitas bahan baku, sehingga produk yang dihasilkan lebih disukai masyarakat.
3. Ditinjau dari tenaga kerja yang digunakan, perlu menambah tenaga kerja khusus bidang pengawasan mutu produksi yang berasal dari lulusan teknik pangan, sehingga diharapkan mampu menaikkan tingkat kesukaan masyarakat dan akhirnya volume penjualan dapat lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesumah, R. Soemito.1982. *Biaya dan Harga Pokok*.Bandung:Tarsito.
- Ahyari, Agus.1979. *Industri Kecil / Menengah dan Lokasi Industri*. Yogyakarta: Penebar Swadaya
- Alexander, John.W dan Gibson, L James.1979. *Economic Geography*. Prentice, Hall of India, Private Limited.New Delhi.
- Arikunto, Suharsini.1996. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset: Yogyakarta..
- Bintarto, R dan Hadisumarno, S.1982. *Metode Analisa Geografi*.Jakarta:LP3ES
- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis Edisi IV*, Erlangga, Jakarta.
- Daldjoeni, N.1991. *Pengantar Geografi*.Bandung:Alumni.
- Depdikbud,1989. *Pengantar Ilmu Ekonomi Modern*.Yogyakarta:Balai Pustaka.
- Carthly, E. Jerume Mc, William D. Perreault. 1993. *Dasar- dasar Pemasaran Edisi V*, Erlangga, Jakarta.
- Kottler, Philip.1998. *Manajemen Pemasaran*,PT.Prehallindo,Jakarta.
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. *Teori Lokasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Sigit, S.1982. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Praktis*.Yogyakarta:Arrimurita.
- Soeharyono.1994. *Pengantar Filsafat Geografi*.Jakarta:Dirjen Dikti Depdikbud.
- Sumaatmaja, Nursid. 1984. *Studi Geografi suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan*.Bandung:Alumni.