

EKONOMI  
ANIAN

**ANALISIS TITIK IMPAS DAN HARGA POKOK  
SERTA STRATEGI PEMASARAN TEH HITAM  
PADA KOPERASI RUWAJURAI PT PN VII  
UNIT USAHA PAGARALAM**

Oleh  
**JONATHAN PURBA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2005**

07

**ANALISIS TITIK IMPAS DAN HARGA POKOK  
SERTA STRATEGI PEMASARAN TEH HITAM  
PADA KOPERASI RUWAJURAI PT PN VII  
UNIT USAHA PAGARALAM**



S  
338.520 7

Pur

a

C051524

2005

Oleh

**JONATHAN PURBA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2005**

## SUMMARY

JONATHAN PURBA. The Analysis of Break Even Point, The Unit Cost and The Marketing Strategy of Black Tea at Koperasi Ruwajurai PTPN VII Unit Operation Of PagarAlam (Supervised by MARWAN SUFRI and MARYATI MUSTOFA HAKIM)

The purposes of this research are 1) to analyze the break even point of black tea 2) to analyze the unit cost of black tea and 3) to describe the marketing strategy of black tea which is done by Koperasi Ruwajurai.

The method that used in this research was case method that is a type of approximation in research which is prediction to one case that has done intensifly, detail, and comprehensif. And the unit of case is Koperasi Ruwajurai that is located in Pagar Alam.

Data collected in the field contains primary data and secondary data. Primary data is collected with active participation method and directly supervision in black tea packaged. Secondary data is collected from some literatures and instances that connected to this research. This research has done in Koperasi Ruwajurai on january 2005.

The result of this research shows that the total revenue of break even point is Rp102.095.238,10 it means at this revenue, the package of black tea in Koperasi Ruwajurai was not in interest and not in loss condition. The break even point was created at 20.310 package of product. And this condition was counted on 2003 and

was happened after 12 months during the purchasing process. The break even condition was happened on Desember at Rp1.996.850,00. Total revenue of Koperasi Ruwajurai during 2003 is Rp107.105.000,00 with selling volume of black tea is 21.421 pack. The selling price of black tea is Rp5.000,00/ pack, with the unit cost of black tea is Rp3.001,39.

The benefit of Koperasi Ruwajurai from black tea packaging for one year is Rp42.451.853,28. The marketing strategy of Koperasi Ruwajurai was good enough with market direction has entered the Palembang market. By using some retailers Koperasi Ruwajurai still succeed to maintain the selling volume of black tea. The intensify distribution system has made the black tea easily reached by the consumers.

## RINGKASAN

JONATHAN PURBA. Analisis Titik Impas dan Harga Pokok serta Strategi Pemasaran Teh Hitam pada Koperasi Ruwajurai PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam (Dibimbing oleh MARWAN SUFRI dan MARYATI MUSTOFA HAKIM)

Tujuan penelitian ini adalah untuk 1) menganalisis titik impas teh hitam 2) menganalisis harga pokok teh hitam, dan 3) mendeskripsikan strategi pemasaran teh hitam yang dilakukan Koperasi Ruwajurai.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yaitu suatu tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada satu kasus yang dilakukan secara intensif, mendetail, dan komprehensif. Sebagai satuan kasus diambil Koperasi Ruwajurai yang berada di Kota Pagaralam.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode partisipasi aktif dan pengamatan secara langsung kegiatan pengemasan teh hitam. Data sekunder diperoleh dari beberapa literatur dan instansi terkait yang menunjang penelitian ini. Penelitian ini telah dilaksanakan di KOPERASI RUWAJURAI pada bulan Januari 2005.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan total impas sebesar Rp102.095.238,10 yang berarti bahwa pada penerimaan sebesar Rp102.095.238,10 usaha pengemasan teh hitam Koperasi Ruwajurai dalam keadaan tidak untung dan juga tidak rugi. Keadaan impas terjadi pada jumlah produk sebesar 20.310 kotak.

Keadaan impas pada Koperasi Ruwajurai dihitung pada tahun 2003 dan terjadi setelah 12 bulan selama proses pembelian. Keadaan impas pada Koperasi Ruwajurai terjadi pada bulan desember dengan jumlah laba yang diperoleh sebesar Rp1.996.850,00. Total penerimaan Koperasi Ruwajurai selama tahun 2003 adalah sebesar Rp107.105.000,00 dengan volume penjualan teh hitam sebesar 21.421 kotak. Harga jual yang ditetapkan adalah sebesar Rp5.000,00/kotak, dengan rata-rata harga pokok sebesar Rp3.001,39. Keuntungan yang diperoleh Koperasi Ruwajurai dari usaha pengemasan teh hitam selama setahun adalah sebesar Rp42.451.853,28. Strategi pemasaran Koperasi ruwajurai dapat dikatakan sudah cukup baik dengan pasar sasaran yang sudah memasuki pasaran Kota Palembang. Dengan menggunakan bantuan beberapa pedagang perantara, Koperasi ruwajurai tetap berhasil mempertahankan volume penjualan teh hitamnya. Sistem distribusi yang intensif menyebabkan teh hitam mudah dijangkau oleh para konsumen.

**ANALISIS TITIK IMPAS DAN HARGA POKOK  
SERTA STRATEGI PEMASARAN TEH HITAM  
PADA KOPERASI RUWAJURAI PT PN VII  
UNIT USAHA PAGARALAM**

**Oleh  
JONATHAN PURBA**

**SKRIPSI**  
**sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**  
**Sarjana Pertanian**

**pada**  
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**  
**2005**

**Skripsi**  
**ANALISIS TITIK IMPAS DAN HARGA POKOK**  
**SERTA STRATEGI PEMASARAN TEH HITAM**  
**PADA KOPERASI RUWAJURAI PT PN VII**  
**UNIT USAHA PAGARALAM**

**Oleh**  
**JONATHAN PURBA**  
**05003104045**

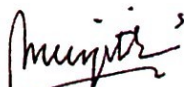
**telah diterima sebagai salah satu syarat**  
**untuk memperoleh gelar**  
**Sarjana Pertanian**

**Pembimbing I**



**Ir. Marwan Sufri, M.Si.**

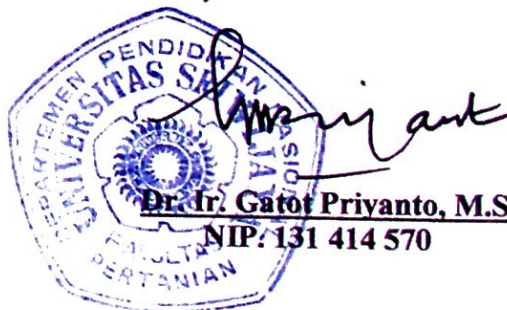
**Pembimbing II**



**Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si.**

**Indralaya, 28 Juli 2005**

**Fakultas Pertanian**  
**Universitas Sriwijaya**  
*Yuk* **Plt. Dekan,**





Skripsi berjudul "Analisis Titik Impas dan Harga Pokok serta Strategi Pemasaran Teh Hitam pada Koperasi Ruwajurai PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam" oleh Jonathan Purba telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 25 Mei 2005.

### Komisi Penguji

- |                                    |            |   |
|------------------------------------|------------|---|
| 1. Ir. Marwan Sufri, M.Si          | Ketua      | (.....  )   |
| 2. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si | Sekretaris | (.....  )   |
| 3. Ir. Lifianthi, M.Si             | Anggota    | (.....  )  |
| 4. Dessy Adriani, SP., M.Si        | Anggota    | (.....  ) |

Mengetahui

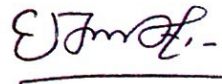
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi  
Pertanian



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si  
NIP. 131 269 263

Mengesahkan

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Elisa Wildayana, M.Si  
NIP. 131 691 050

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan atau gelar yang sama di tempat lain.

Inderalaya, 28 Juli 2005

Yang membuat pernyataan



Jonathan Purba

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 20 Agustus 1981 di Medan, merupakan anak ke empat dari lima bersaudara. Orang tua bernama K. Purba dan M. br Ginting.

Pendidikan Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 1994 di PKMI 6 Medan, Sekolah Menengah Pertama pada tahun 1997 di PKMI 6 Medan, dan Sekolah Menengah Umum tahun 2000 di SMUN 4 Medan, Sumatera Utara.

Penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya sejak juli 2000 melalui jalur Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri (UMPTN) dengan mengambil Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian pada Program Studi Agribisnis.

Pada bulan September sampai dengan bulan April tahun 2004, telah melaksanakan Praktik Lapangan mengenai pemasaran kacang hijau dan pengolahannya menjadi kue isi kacang hijau di Kecamatan Ilir Barat II.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatNya-lah, penelitian dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi yang berjudul “Analisis Titik Impas dan Harga Pokok serta Strategi Pemasaran Teh Hitam pada Koperasi Ruwajurai PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagaram” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Marwan Sufri, M.Si dan Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan nasehat serta bimbingan kepada penulis sejak awal perencanaan penelitian hingga penulisan hasil penelitian ini.
2. Ibu Ir. Lifianthi, M.Si dan Ibu Dessy Adriani, SP., M.Si selaku dosen penguji dalam ujian komprehensif.
3. Bapak dan Ibu serta pegawai Koperasi Ruwajurai atas bantuan dan data-data yang telah diberikan kepada penulis.
4. Bapak dan Mamak terkasih, abang serta saudara-saudaraku yang selalu mendukung dan mendoakanku, sekaligus menjadi motivatorku. *Bujur kukatiken man kam kerina.*

5. Khusus buat Keluarga Besar Bapak Surbakti di Pagar Alam. Terima kasih atas segala bantuannya, Tuhan memberkati.
6. Sahabat-sahabat yang selalu memberiku semangat ☺ : Irgi, Seyik, Dewi, dan Nath. Terima kasih ku buat kalian semua.
7. Teman senasib sepenenderitaan di bedeng atas, b'Irja, b'Dunan, Pedro dan Tim-Rico. *Nice to know you guys!*
8. Buat Eko Diliarico Soerbakti, *thanks a lot*, untuk semua bantuan yang telah diberikan. *I will never forget it*. Bagaimana bisa aku membalasnya?
9. *My Beloved "Imoet"*, Tria, Thanks ya buat semua saran dan nasehat yang *kam* berikan. Semoga Tuhan mengabulkan doa-doa kita, amen.
10. Teman-teman yang telah mewarnai hari-hariku, yang mendoakanku, yang mendukungku, thanks!

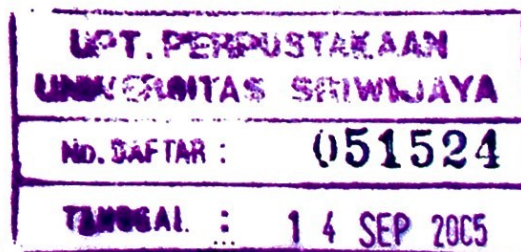
Akhirnya penulis mengharapkan semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, 28 Juli 2005

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan .....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Konsepsi Titik Impas dan Harga Pokok.....	8
a. Konsepsi Titik Impas .....	8
b. Konsepsi Harga Pokok .....	10
2. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	14
3. Konsepsi Koperasi .....	25
B. Model Pendekatan .....	27
C. Batasan-Batasan .....	28



III. PELAKSANAAN PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu .....	30
B. Metode Penelitian .....	30
C. Metode Pengumpulan Data .....	31
D. Metode Pengolahan Data .....	31
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Umum Daerah dan Lokasi Koperasi .....	34
B. Proses Pengemasan Teh Hitam .....	37
C. Biaya Pemasaran .....	39
D. Titik Impas Teh Hitam dan Harga Pokok .....	43
E. Strategi Pemasaran .....	46
F. Analisis Lingkungan Internal Koperasi Ruwajurai .....	58
G. Analisis Lingkungan Eksternal Koperasi Ruwajurai .....	60
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Matrik SWOT Strategi Pengembangan Usaha Pengemasan Teh Hitam.....	33
2. Komposisi Luas Areal PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Pagar Alam.....	35
3. Biaya Tetap Koperasi Ruwajurai 2003 .....	39
4. Pembelian Bahan Baku Teh Hitam 2003 .....	40
5. Analisa Titik Impas dan Harga Pokok Teh Hitam .....	43
6. Rata-rata Penerimaan dan Keuntungan Teh Hitam Koperasi Ruwajurai 2003 .....	45
7. Jumlah Teh Hitam yang Dipasarkan ke Toko dan Mini market .....	46
8. Matrik SWOT dan Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Pengemasan Teh Hitam.....	61



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Model Pendekatan Secara Diagramatik .....	27
2. Saluran Distribusi Teh Hitam Koperasi Ruwajurai .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Wilayah Kecamatan Pagar Alam Selatan.....	74
2. Rata-rata Biaya Tetap Koperasi Ruwajurai.....	75
3. Rincian Pembelian Bahan Baku Teh Hitam Koperasi Ruwajurai, 2003....	76
4. Biaya Kemasan Teh Hitam Koperasi Ruwajurai, 2003 .....	77
5. Biaya Tenaga Kerja Koperasi Ruwajurai, 2003.....	78
6. Perhitungan Penyusutan Biaya Tetap Koperasi Ruwajurai, 2003 .....	79
7. Penyusutan Biaya Tetap Pemasaran Koperasi Ruwajurai, 2003.....	80
8. Biaya Variabel Pemasaran Teh Hitam Koperasi Ruwajurai, 2003 .....	81
9. Biaya Total Pemasaran Teh Hitam Koperasi Ruwajurai, 2003 .....	82
10. Penerimaan Koperasi Ruwajurai, 2003.....	83
11. Keuntungan Teh Hitam Koperasi Ruwajurai, 2003.....	84
12. Harga Pokok Teh Hitam Koperasi Ruwajurai, 2003 .....	85
13. Titik Impas Koperasi Ruwajurai Saat Pembelian Teh Hitam, 2003 .....	86
14. Grafik Titik Impas Usaha Pengemasan Teh Hitam.....	88
15. Analisa Perhitungan Titik Impas, 2003.....	89

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembangunan yang ada di Indonesia sekarang ini adalah pembangunan sektor industri yang didukung oleh sektor pertanian. Di dalam GBHN dinyatakan bahwa prioritas utama pembangunan diletakkan pada bidang ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas lapangan kerja, dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 1999).

Perkebunan sebagai bagian dari sektor pertanian di Indonesia juga ikut menunjang pembangunan. Hal ini dikarenakan sektor perkebunan memberikan devisa yang cukup besar bagi negara. Salah satu komoditi perkebunan yang penting bagi Indonesia karena dapat menghasilkan devisa negara juga berperan dalam meningkatkan taraf hidup petani dan menyerap tenaga kerja yang cukup banyak adalah teh. Teh merupakan sumber pokok pendapatan negara yang mengenakan pajak atas ekspor teh, bea masuk atas impor teh, dan pajak atas penjualan teh di negara produsen dan konsumen (Spillane, 1992).

Teh (*Camellia sinensis*) merupakan komoditi ekspor dan dapat menghasilkan devisa yang cukup besar bagi negara. Pada negara-negara pengekspor, teh merupakan minuman sehari-hari, tetapi bagi negara yang mengimpornya teh merupakan minuman mewah (Kartasapoetra, 1998). Sebagai minuman, teh disukai

karena dianggap bisa menyegarkan tubuh, sebagai obat anti kanker, mempertinggi daya tahan tubuh terhadap serangan bakteri, kaya akan vitamin, serta mengurangi serangan kekejangan pada anak-anak (Gunarif *et all*, 1987).

Teh dimulai sebagai barang mewah yang hanya dapat dibeli oleh orang kaya. Sekarang teh menjadi minuman yang paling murah dan paling banyak diminum di dunia disamping air putih. Namun menurut nilai perdagangan total, teh merupakan nomor dua setelah kopi. Teh merupakan minuman tanda persahabatan internasional, suatu pengikat persahabatan orang karena teh sering diminum dipertemuan dan pesta di banyak negara (Spillane, 1992).

Teh yang pertama kali ditanam di Indonesia sejak tahun 1826 adalah salah satu komoditas ekspor nonmigas yang telah dikenal sejak lama dan merupakan salah satu sumber devisa penting dari sub sektor perkebunan. Perkebunan teh di Indonesia dibagi menjadi tiga yaitu perkebunan teh milik swasta, perkebunan teh rakyat dan perkebunan teh milik negara yang dikenal dengan nama PT Perkebunan Nusantara.

Alasan untuk dominasi sistem perkebunan dalam penanaman teh adalah keuntungan yang diperoleh dari ekonomi berskala besar dan kekhasan proses produksi :

1. Perusahaan besar lebih mampu mengumpulkan modal untuk investasi, membayar biaya produksi rutin, peralatan pengolahan, penanaman kembali, dan juga penelitian ilmiah.
2. Teh adalah hasil pertanian selain kopi dan karet yang memerlukan banyak pengolahan yang harus dilakukan dengan segera, karena berat daun-daun berkurang dalam proses pengolahan, pabrik-pabrik pengolahan dan gudangnya harus terletak dekat perkebunan-perkebunan.

3. Teh adalah produk yang dijual di pusat lelang (*auction centers*) yang jauh dari perkebunan, teh membutuhkan usaha-usaha pemasaran dan transport yang istimewa supaya biaya pemasaran tidak menjadi mahal.

Dewasa ini, Indonesia menjadi salah satu dari 5 negara penghasil dan pengeksport teh utama di dunia, yang pemasaran hasilnya tersebar ke negara-negara konsumen yang berada di 5 benua. Pada tahun 1977, ekspor teh Indonesia mencapai 160.000 ton dengan nilai sekitar US \$ 250.000,00. Kemajuan dibidang perkebunan teh telah menunjukkan perkembangan yang sangat berarti (Setyamidjaja, 2004). Pada tahun 2003, tercatat realisasi ekspor teh Propinsi Sumatera Selatan sebesar 1.287.980 ton dengan nilai US \$ 1.103.821 (Dinas Perkebunan Sumatera Selatan, 2003).

Industri komoditi teh merupakan industri yang lumayan penting. Disamping kepentingan konsumsi dalam negeri teh juga penting sebagai komoditi ekspor. Teh Indonesia yang diperdagangkan ke luar negeri hampir seluruhnya terdiri dari teh hitam olahan di pabrik-pabrik teh. Meskipun teh yang dijual ke luar negeri tersebut adalah hasil dari pabrik-pabrik teh, akan tetapi daun yang diolah di pabrik-pabrik tersebut sebagian terdiri dari daun teh yang dibeli dari kebun-kebun rakyat, sehingga rakyatpun turut merasakan hasil penjualan teh yang diekspor. Teh Indonesia memiliki sistem pemasaran yang sangat berbeda dengan teh negara-negara produsen lainnya. Disamping untuk ekspor (kira-kira 60% produksi), sebagian yang tidak diekspor selalu habis dipasarkan untuk konsumsi dalam negeri. Dengan adanya dua arah pemasaran ini, fleksibilitas pengembangan teh Indonesia dapat memperoleh peluang yang lebih baik. Perkembangan kebun teh rakyat umumnya ada dibawah pengaruh perusahaan-perusahaan besar, yang tiap-tiap tahun membeli daun teh hasil

kebun rakyat, dan mengolahnya untuk kemudian dijual ke luar negeri. Berhubung dengan itu diduga bahwa tidak lancarnya pembangunan kembali pabrik-pabrik teh dan perusahaannya juga menyebabkan tidak lancarnya pembangunan kembali kebun-kebun teh rakyat. Kebun-kebun teh milik rakyat itu hampir semua ada di dekat pabrik-pabrik teh perusahaan yang biasanya juga membeli daun-daun teh yang dihasilkan oleh kebun rakyat. Disekitar pabrik-pabrik teh tersebut rakyat dapat mengumpulkan banyak pengalaman dalam mengusahakan kebun teh, sedang hasil daun teh tanaman rakyat dapat dijual dengan cepat kepada pabrik (Spillane, 1992).

Ditinjau dari segi perdagangan, teh merupakan komoditi ekspor yang mempunyai arti penting dalam perekonomian Indonesia. Perkebunan tanaman teh merupakan salah satu usaha yang sangat menarik bagi Indonesia, dimana ada daerah yang memungkinkan tumbuhnya tanaman tersebut. Dilihat dari lokasi daerah-daerah di Indonesia, penghasil teh terbesar saat ini adalah daerah Jawa Barat, menyusul Sumatera Utara, Jawa Tengah, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Barat dan Sumatera Selatan (Setyamidjaja, 2004). Khusus untuk Propinsi Sumatera Selatan daerah utama penghasil teh adalah Kota Pagar Alam yang diusahakan langsung oleh PT Perkebunan Nusantara VII (persero) Unit Usaha Pagar Alam. PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam adalah satu-satunya badan usaha yang mengelola dan memproduksi teh hitam. PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam ini terletak di kaki Gunung Dempo Kecamatan Pagar Alam Selatan Kota Pagar Alam Propinsi Sumatera Selatan dengan luas areal kebun 1.571 ha.

Produksi teh hitam yang dihasilkan oleh PT Perkebunan Nusantara VII langsung dikirim ke kantor pusat di Bandar Lampung untuk seterusnya dijual ke pasaran luar negeri. Sebagian dari produksi teh hitam tersebut dikirim ke Koperasi

Ruwajurai dan beberapa koperasi lain yang akan melakukan pengemasan serta memasarkan teh hitam tersebut. Koperasi Ruwajuari merupakan bagian dari struktur PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam. Teh hitam yang dikirim ke kantor pusat di Bandar Lampung akan dijual ke pasaran luar negeri, sementara untuk teh hitam yang dijual ke Koperasi Ruwajurai sasaran konsumennya adalah masyarakat Desa Gunung Dempo, Kota Pagar Alam, Lahat, serta Palembang.

Koperasi Ruwajuari adalah sebuah badan usaha yang melakukan pengemasan teh hitam serta pemasarannya. Proses pengemasan teh hitam oleh Koperasi Ruwajurai telah berlangsung sejak berdirinya pabrik PT Perkebunan Nusantara VII (persero) tahun 1975. Proses pengemasan berjalan lancar sejak berdirinya koperasi namun saat krisis moneter terjadi di Indonesia, 1998, proses pengemasan tidak berjalan dengan lancar, Koperasi Ruwajurai jarang melakukan pembelian teh hitam untuk dikemas. Koperasi mengalami kerugian serta keadaan pembukuan yang tidak baik. Memasuki tahun 2002 Koperasi Ruwajurai mulai mengalami perbaikan proses pengemasan serta keadaan pembukuan sudah mulai baik. Koperasi Ruwajurai mulai membangun gedung semi permanen untuk memperlancar proses pengemasan teh hitam. Namun perbaikan proses pengemasan teh hitam oleh Koperasi Ruwajurai tidak diikuti oleh koperasi lain yang sejenis. Bahkan ada koperasi yang mengalami kebangkrutan sehingga tidak lagi melakukan proses pengemasan teh hitam. Koperasi Ruwajurai dalam melaksanakan aktivitasnya sangat menyadari peran dan arti pentingnya strategi pemasaran atas produk teh hitam yang dihasilkan. Masri'ah (2000), menjelaskan bahwa strategi pemasaran dalam suatu perusahaan atau badan usaha dibutuhkan dengan tujuan:

1. Agar badan usaha tersebut mampu bertahan dan tetap *exist* dalam usaha yang dijalankan.
2. Memacu laju pertumbuhan usaha semaksimal mungkin serta berkesinambungan sesuai dengan apa yang diharapkan.
3. Mampu bersaing dalam menghadapi kompetisi yang ada.

## **B. Rumusan Masalah**

Kota Pagar Alam merupakan satu-satunya daerah penghasil teh di Propinsi Sumatera Selatan dengan total produksi teh pada tahun 2003 sebesar 2.962 ton untuk areal tanaman menghasilkan seluas 1.481 ha, sehingga cukup besar peluang untuk memasarkan teh hitam tersebut khusus di wilayah Sumatera Bagian Selatan. Salah satu proses pemasaran yang ada adalah adanya kerja sama antara PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam dengan beberapa koperasi yang ada di kota tersebut, salah satu diantara koperasi yang ada adalah Koperasi Ruwajurai. Namun tidak semua koperasi tersebut aktif dalam usaha penjualan dan pemasaran teh hitam. Oleh karena itu perlu diketahui kendala dari segi biaya dan pengelolaan pemasaran yang ada.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang menarik untuk diteliti di Koperasi Ruwajurai PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam adalah :

1. Berapa besar titik impas (BEP) Koperasi Ruwajurai.
2. Berapa besar harga pokok produksi teh hitam Koperasi Ruwajurai.
3. Bagaimana strategi pemasaran teh hitam yang telah dijalankan oleh Koperasi Ruwajurai.



### **C. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan Koperasi Ruwajurai PT Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Pagar Alam diatas, maka pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis titik impas (BEP) Koperasi Ruwajurai.
2. Menganalisis harga pokok produksi teh hitam Koperasi Ruwajurai.
3. Mendeskripsikan strategi pemasaran teh hitam yang diterapkam Koperasi Ruwajurai.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi koperasi-koperasi lain yang sejenis dalam mengatasi permasalahan biaya, dan pengelolaan pemasaran. Diharapkan pula dapat bermanfaat sebagai bahan literatur dan dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi pembaca dan penelitian sejenis yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, M. 1987. Pengantar Ilmu Ekonomi. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2003. Realisasi Volume Ekspor Teh Sumatera Selatan. Palembang.
- Cravens, D.W. Pemasaran Strategis. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Bina Tata Laksana Koperasi. 1988. Buku Pedoman Pengelolaan Keuangan Koperasi. Departemen Koperasi. Jakarta.
- Elfitri, 1995. Analisis Efisiensi Ekonomis Usaha Koperasi dan Pendapatan Petani di KUD Dwi Sri Kecamatan VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman Provinsi Sumatera Barat. Skripsi Jurusan Sosial ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (tidak dipublikasikan).
- Faisal, S. 1989. Format-format Penelitian Sosial Dasar dan Aplikasi. CV. Rajawali. Jakarta.
- Ferrel, P. 1995. Pemasaran, Teori dan Praktek Sehari-hari. Binarupa Aksara. Jakarta.-
- Gunarif, I.S., Gumbira dan Sutedjo, 1987. Operasi Pengeringan Teh Jurusan Teknik Industri Hasil Pertanian. PT. Madyapatama Sarana Perkasa. Jakarta.
- Kartasapoetra, A.G. 1992. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. PT. Bina Aksara. Jakarta.
- Kotler, P. 1995. Manajemen Pemasaran. Jilid-1, Edisi Ke-8, Erlangga. Jakarta.
- Masri'ah. 2000. Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan. Gramedia. Jakarta.
- Mubyarto. 1991. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Perencanaan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Mulyadi. 1990. Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya. PT BPFE. Yogyakarta.
- Mott, G. 1994. Dasar-Dasar Penetapan Biaya. Penerbit Arcan. Jakarta.
- Pardede, T.N. 2003. Analisis Biaya dan Keuntungan Produksi Pupuk super Vit pada CV. Tabita Jaya Agroindustri di Kota Medan. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (tidak dipublikasikan).

- Prawirosentono, S. 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Rangkuti, F. 1999. *Analisis SWOT teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Refrinida, K. 2003. *Analisis Finansial Kelayakan Beberapa Usahatani Sayuran di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Komering Ilir*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (tidak dipublikasikan).
- Sepriyanti, S. 2003. *Fungsi Manajemen dan Fungsi Pemasaran Produk Sayuran dan Buahhan Beberapa Supermarket di Kota Palembang*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (tidak dipublikasikan).
- Setyamidjaja, D. 2004. *Budi daya Teh dan Pengolahan Pasca Panen*. Penerbit Kanisius.
- Soekartawi. 1999. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Soemarni, M. dan J. Soeprihanto. 1995. *Pengantar Bisnis Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Edisi keempat. Liberty.
- Soepriyono, 1994. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Peraturan Harga Pokok*. Jakarta.
- Spillane, J. 1992. *Komoditi Teh, Peranannya Dalam Perekonomian Indonesia*. Penerbit Kanisius.
- Ulpa, E. 2003. *Analisis Harga Pokok dan Pendapatan Usahatani Kelapa di Desa sumber Jaya Kecamatan Muara Telang Kabupaten Banyuasin*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (tidak dipublikasikan).
- Vrendenberg, G. 1983. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. PT Gramedia.