

MI  
N

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
ECENG GONDOK MENJADI TAS  
DI UKM KARYA SEJATI PALEMBANG**

**Oleh  
WITRI APRILIANI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDERALAYA**

**2005**

584.324 07

Apr

a

c-060015

2005

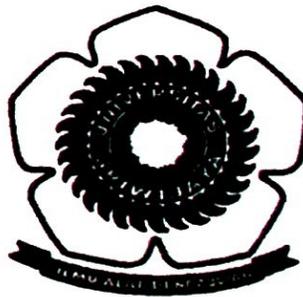


**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
ECENG GONDOK MENJADI TAS  
DI UKM KARYA SEJATI PALEMBANG**

13476 / 13837

**Oleh**

**WITRI APRILIANI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDERALAYA**

**2005**

## SUMARRY

**WITRI APRILIANI.** The Profit Analysis and Marketing Strategy of water hyacinth handbags in UKM Karya Sejati Palembang (Supervised by **NAJIB ASMANI** and **MARYATI MUSTOFA HAKIM**)

The purpose of this research were 1) to analyze the profit of UKM Karya sejati in processing water hyacinth into handbags, 2) to analyze the break even point from it, and 3) to analyze the strategies which have been done by UKM Karya Sejati in distributing its products.

The method which is used was case study, while the samples were taken accidentally to thirty persons. The data was consists of primary and secondary data. Primary data was taken through observation, indepth study, and direct interview with UKM Karya Sejati line, while secondary data was taken from literature and corporation which interrelated with this research.

The result show that the profit which has been gotten by UKM Karya Sejati in every month especially in period of April 2004 until March 2005 was Rp10.330.634,76. The break even point analysis show that handcraftman ought to get Rp707.029,98 for his income with average price for its unit was Rp63.454,40 in order to get the number of sold out products was eleven units or 4.34 percent from total selling in every month so that this business wasn't loss. The strategies which have been done were having diversity of handbags into 36 kinds for product strategy, having diversity of price started from Rp18.000 to Rp98.000 for price strategy, having first level and second level of distribution line for place strategy. First level of

distribution line was done through buyers who directly came to handcraftman's house, and buyers who buy at the time when exhibition happens. Second level of distribution line was done through Yasmin handcraft outlet in Palembang Trade Center mall, Swarna Dwipa hotel Palembang, CV. Bambu Klasik in Lamongan, East-Java. Promotion strategies have been done through written-media and electronic-media, giving discount and following exhibitions. According to the accidental analysis to the buyers, the strategies which have been done by UKM Karya Sejati were classified into "medium class" with value was 9.

## RINGKASAN

**WITRI APRILIANI.** Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran Eceng gondok menjadi Tas di UKM Karya Sejati Palembang (Dibimbing oleh **NAJIB ASMANI** dan **MARYATI MUSTOFA HAKIM**).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keuntungan yang diperoleh oleh UKM Karya Sejati dalam mengolah eceng gondok menjadi tas, menganalisis titik impas dari hasil pengolahan eceng gondok tersebut dari sisi penerimaan dan menganalisis strategi yang telah dilakukan oleh UKM Karya Sejati dalam memasarkan tas eceng gondoknya.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan penarikan contoh dilakukan secara kebetulan terhadap 30 orang pembeli. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan, studi mendalam dan wawancara langsung dengan pihak UKM Karya Sejati, sedangkan data sekunder diperoleh dari literature dan instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerajinan tas eceng gondok Karya Sejati menguntungkan tiap bulannya pada periode April 2004 sampai Maret 2005, dengan keuntungan rata-rata tiap bulan sebesar Rp10.330.634,76. Berdasarkan analisis titik impas diperoleh bahwa penerimaan yang harus diperoleh oleh pengrajin tiap bulan adalah sebesar Rp707.029,98 dengan harga jual rata-rata per unit sebesar Rp63.454,40 sehingga diperoleh unit produk yang terjual sebanyak 11 unit atau hanya 4,34% dari total penjualan per bulannya agar usaha kerajinan tas eceng

gondok tersebut tidak mengalami kerugian. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh UKM Karya Sejati adalah dengan penganekaragaman jenis tas yang diproduksi sebanyak 36 jenis untuk strategi produk, harga yang bervariasi mulai dari Rp18.000 sampai Rp98.000 untuk strategi harga, memiliki saluran tingkat satu dan saluran tingkat dua untuk strategi saluran distribusi. Dimana saluran tingkat satu melalui pembeli yang mendatangi rumah pengrajin dan pembeli yang membeli pada saat pameran berlangsung. Sedang saluran tingkat dua dilakukan melalui outlet handicraft Yasmin di Palembang Trade Center Mall, hotel Swarna Dwipa Palembang, CV. Bambu Klasik di Lamongan, Jawa Timur. Strategi promosi dilakukan melalui pemberian potongan harga, mengikuti pameran-pameran serta promosi juga dilakukan melalui media cetak dan media elektronik. Berdasarkan hasil analisis terhadap pembeli di lapangan diperoleh bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh UKM Karya Sejati tergolong strategi dengan predikat “sedang” dengan jumlah skor sebesar 9.

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
ECENG GONDOK MENJADI TAS  
DI UKM KARYA SEJATI PALEMBANG**

**Oleh  
WITRI APRILIANI**

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

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

**INDERALAYA**

**2005**

**Skripsi**

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
ECENG GONDOK MENJADI TAS  
DI UKM KARYA SEJATI PALEMBANG**

**Oleh**

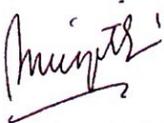
**WITRI APRILIANI  
05013104015**

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

**Pembimbing I**



**Ir. H. Najib Asmani, M.Si**  
**Pembimbing II**



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

**Inderalaya, 29 Desember 2005**

**Fakultas Pertanian**

**Universitas Sriwijaya**

**Dekan,**



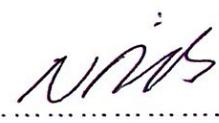
**Dr. Ir. Imron Zahri, M.S.**  
**NIP 130516530**

Skripsi berjudul “ Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran Eceng gondok menjadi Tas di UKM Karya Sejati Palembang “ oleh Witri Apriliani telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 28 November 2005

### Komisi Penguji

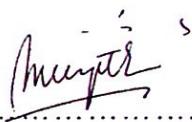
1. Ir. H. Najib Asmani, M.Si

Ketua

(.....)

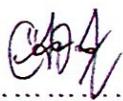
2. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si

Sekretaris

(.....)

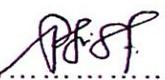
3. Dessy Adriani, SP., M.Si

Anggota

(.....)

4. Riswani, SP., M.Si

Anggota

(.....)

Mengetahui

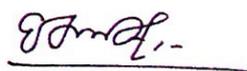
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si  
NIP 131269263

Mengesahkan

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Elisa Wildayana, M.Si  
NIP 131691050

## **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 lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Inderalaya, 29 Desember 2005



Witri Apriliani

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan pada tanggal 9 April 1983 di Baturaja, merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Orang tua bernama dr. H. Zaini Saleh dan Dra. Srie Nila Dewy Marzoeky.

Pendidikan sekolah dasar diselesaikan pada tahun 1995 di SD Xaverius 9 Palembang, sekolah menengah pertama pada tahun 1998 di SMP Xaverius 7 Palembang dan sekolah menengah umum pada tahun 2001 di SMU Negeri 6 Palembang.

Pada bulan Juli 2001 penulis tercatat sebagai mahasiswa di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, pada Program Studi Agribisnis Universitas Sriwijaya melalui jalur Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri atau UMPTN. Pada bulan November 2004, penulis telah melaksanakan Praktik Lapangan dengan judul “ Proses Pengolahan Kulit Melon menjadi Sukade Melon ”.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt, karena berkat rahmat dan karunia-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran Eceng Gondok Menjadi Tas Di UKM Karya Sejati Palembang ”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Ir. H. Najib Asmani, M.Si. dan Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama penelitian sehingga terselesainya penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Dessy Adriani, SP., M.Si dan Ibu Riswani, SP., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran sehingga skripsi ini dapat lebih sempurna lagi.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Papa, mama, kakak serta adik-adikku atas bantuan, *support* serta pengorbanan mereka dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Wiryo Suparjo beserta keluarga yang telah meluangkan waktu dan tempat bagi penulis selama penelitian.
3. Kak Azroi dan keluarga atas bantuan, dukungan (juga pulsananya) dalam penulisan skripsi ini.
4. *My closed friends*, ayik, dewi, mita, syah juga fevie, *thanks for being my friend who can accept my pluses and minus. Although, we are not in a one institution again, I hope that five of you always keep and touch with me, ok!!!*

5. Oma yang bersedia menjadi pembahasku, juga buat irfan, ali, dudi, desti, anggi....dan teman-teman PSA'01, persahabatan itu indah, mudah-mudahan silaturahmi ini dapat terus berlanjut *until the end of the earth*.
6. Opi dan teman-teman PSA'02 yang telah meluangkan waktu buat seminarku, *Thanks for listening my short presentation. I hope that all of you will finish your study as soon as you can.*
7. My penpal "lia", *thanks for your time, advises which make me more mature than before.*
8. *My dream friend who will accompany me to face this life.*

Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan pemikiran yang bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, 29 Desember 2005

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan.....	6
<b>II. KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
A. Tinjauan Pustaka .....	7
1. Tanaman Eceng Gondok .....	7
2. Konsep Agribisnis .....	9
3. Konsep Produksi.....	11
4. Konsep Faktor-faktor Produksi .....	12
5. Konsep Biaya Produksi .....	13
6. Konsep Penerimaan .....	16
7. Konsep Harga Jual dan Keuntungan .....	17
8. Konsep Break Even Point.....	18
9. Konsep Pemasaran .....	19



	Halaman
B. Model Pendekatan .....	30
C. Hipotesis .....	31
D. Batasan-batasan .....	32
 III. PELAKSANAAN PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu .....	34
B. Metode Penelitian .....	34
C. Metode Pengumpulan Data.....	34
D. Metode Penarikan contoh.....	35
E. Metode Pengolahan Data .....	35
 IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Umum Daerah .....	38
1. Lokasi dan Batas Wilayah.....	38
2. Keadaan Geografi dan Topografi .....	39
3. Penduduk.....	39
4. Sarana Sosial Budaya.....	40
B. Keadaan Umum Usaha .....	41
C. Proses Pembuatan Eceng Gondok menjadi Tas.....	44
D. Analisis Keuntungan .....	45
1. Penerimaan.....	45
2. Biaya Produksi .....	47
3. Keuntungan Usaha .....	51
E. Analisis Titik Impas (BEP).....	55
F. Strategi Pemasaran.....	57

	Halaman
1. Strategi Produk.....	59
2. Strategi Harga.....	61
3. Strategi Saluran Distribusi.....	63
4. Strategi Promosi .....	65
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Nilai Interval Kelas untuk Strategi Pemasaran.....	37
2. Luas Wilayah Tiap-tiap Kelurahan di Kecamatan Plaju.....	39
3. Jumlah Penduduk di Setiap Kelurahan di Kecamatan Plaju .....	40
4. Penerimaan yang diperoleh UKM Karya Sejati Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	46
5. Biaya Produksi yang dikeluarkan oleh UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005.....	49
6. Keuntungan UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	52
7. Keuntungan UKM Karya Sejati Pada Kondisi Normal Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	54
8. Titik Impas Produk Tas Eceng gondok UKM Karya Sejati.....	56
9. Jumlah dan Persentase Pembeli Berdasarkan Umur .....	58
10. Skor Strategi Pemasaran.....	59
11. Kriteria Strategi Produk menurut Pembeli .....	61
12. Kriteria Strategi Harga menurut Pembeli.....	62
13. Persentase Saluran Distribusi UKM Karya Sejati Palembang.....	64
14. Kriteria Strategi Saluran Distribusi menurut Pembeli.....	65
15. Kriteria Strategi Promosi menurut Pembeli .....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Analisis Titik Impas .....	19
2. Model Pendekatan Penelitian secara Diagramatis.....	30
3. Analisis Titik Impas Pada UKM Karya sejati Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Kecamatan Plaju Kota Palembang .....	74
2. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan April Tahun 2004.....	75
3. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Mei Tahun 2004.....	76
4. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Juni Tahun 2004.....	77
5. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Juli Tahun 2004.....	78
6. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Agustus Tahun 2004.....	79
7. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan September Tahun 2004.....	80
8. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Oktober Tahun 2004.....	81
9. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan November Tahun 2004.....	82
10. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Desember Tahun 2004.....	83
11. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Januari Tahun 2005.....	84
12. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Februari Tahun 2005.....	85
13. Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Bulan Maret Tahun 2005.....	86

14.	Nilai Penjualan Tas di UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	87
15.	Jumlah tas yang terjual di UKM Karya Sejati Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	89
16.	Biaya tetap di UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	91
17.	Biaya Penyusutan Peralatan di UKM Karya Sejati Palembang .....	93
18.	Upah Tenaga Kerja di UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	94
19.	Biaya Bahan Baku Penolong Periode April 2004 sampai Maret 2005 ..	95
20.	Biaya Variabel di UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	97
21.	Keuntungan UKM Karya Sejati Palembang Periode April 2004 sampai Maret 2005 .....	99
22.	Perhitungan BEP .....	101
23.	Indikator Strategi Pemasaran.....	102
24.	Skor Strategi pemasaran UKM Karya Sejati menurut Pembeli .....	104

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kembalilah ke agribisnis. Mungkin itulah inti dari aneka anjuran yang belakangan ini sering disuarakan para ekonomi pertanian. Bukan hanya karena sektor industri manufaktur yang selama ini dipuji-puji setinggi langit mampu melipatgandakan nilai tambah suatu produk, ternyata tak berkulit saat dihajar krisis moneter. Lebih dari itu, agribisnis ternyata memiliki kemampuan yang sangat besar untuk memperbaiki kondisi ekonomi di negeri ini, terutama dari industri-industri yang berorientasi pada sumber-sumber daya domestik seperti pertanian, perkebunan dan perikanan (Abidin, 2002).

Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang membangun, dimana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor pertanian, maka wajar jika sektor pertanian selalu didudukkan pada prioritas yang utama. Peranan sektor pertanian, di samping tercatat sebagai devisa yang cukup besar, juga merupakan sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduknya (Sastraatmadja, 1989).

Sebagai bagian dari negara maritim, Sumatera Selatan memiliki sumberdaya alam yang berasal dari laut. Tercatat tidak kurang dari 31 jenis ikan dan biota laut yang memiliki nilai komersial terdapat di wilayah lepas pantai Sumatera Selatan. Di samping itu, di propinsi ini terdapat sungai-sungai dan rawa lebak yang luas dalam jumlah yang cukup banyak (Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil Menengah dan Penanaman Modal, 2003).

Masalah utama yang sering melanda daerah perairan adalah tumbuhnya tanaman pengganggu (gulma) yang keberadaannya tidak diharapkan, karena dapat menyebabkan pendangkalan. Salah satu gulma perairan yang cukup dikenal adalah eceng gondok. Eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) merupakan tanaman berumbi lapis golongan Hyacinthus yang dapat dijumpai dimana-mana, terutama di sungai, belumbang, danau dan rawa-rawa (Sahid, 1998).

*Eichhornia crassipes* (eceng gondok) termasuk dalam kelompok gulma perairan. Oleh karena, tanaman ini ternyata memiliki kecepatan berkembangbiak vegetatif yang sangat tinggi, terutama di daerah tropis dan subtropis. Selain itu, eceng gondok juga mempunyai kemampuan besar untuk menyesuaikan diri terhadap keadaan lingkungan. Satu batang eceng gondok dalam waktu 52 hari mampu menghasilkan tanaman baru seluas 1 m<sup>2</sup>. Selama 106 tahun berada di bumi Indonesia, eceng gondok telah menyebar ke seluruh perairan yang ada dan memenuhi setiap jengkalnya, baik waduk, rawa, danau, maupun sungai (Suprapti, 2000).

Kondisi merugikan yang timbul sebagai dampak pertumbuhan eceng gondok yang tidak terkendali di antaranya adalah :

1. Mengganggu lalu-lintas (transportasi) air, khususnya bagi masyarakat yang kehidupannya masih tergantung dari sungai, seperti di pedalaman Kalimantan dan beberapa daerah lainnya.
2. Meningkatnya habitat bagi vektor penyakit pada manusia.
3. Menurunnya nilai estetika lingkungan perairan.

Menurut Falah (2003), dampak negatif yang ditimbulkan oleh eceng gondok ini, perlu diimbangi dengan usaha penanggulangannya. Adapun upaya penanggulangan yang umum dilakukan oleh masyarakat, di antaranya :

1. Menggunakan herbisida.
2. Mengangkat eceng gondok tersebut dari lingkungan perairan
3. Menggunakan predator.

Meskipun usaha pemberantasan eceng gondok kurang membuahkan hasil, tetapi upaya pengendaliannya sekaligus dapat memberikan kesempatan berusaha bagi masyarakat di sekitarnya. Di Indonesia sendiri usaha kerajinan eceng gondok ini mulai berkembang dimana mulai banyak pengrajin yang melirik eceng gondok sebagai bahan kerajinan tangan, salah satunya adalah usaha kerajinan eceng gondok CV. Ridaka yang berlokasi di Klego, Pekalongan, Jawa Tengah. Usaha ini banyak memanfaatkan eceng gondok untuk diolah menjadi kursi, dompet, kain, karpet, sepatu, sandal dan sebagainya. Proses kreatif ini bermula dari pengenalan pemilik CV. Ridaka, H. Abdul Kadir Muhammad dengan cinderamata berupa tas eceng gondok dari Bangkok, Thailand pada tahun 1895. Dari sini timbul ide untuk membuat berbagai produk dari tanaman air yang banyak dijumpai di daerah rawa-rawa ini (Sahid, 1998).

Di Bekasi, tanaman Eceng gondok menjadi tumpuan harapan ratusan keluarga di Desa Pantai Hurip, Kecamatan Babelan, dan Desa Sukatenang, Kecamatan Sukawangi. Hampir semua warga di dua desa ini, terutama yang tinggal di Bantaran Kali, Bekasi, menyambung hidup dengan membudidayakan eceng

gondok yang kemudian dijual kepada tengkulak yang secara rutin mendatangi desa mereka<sup>1</sup>.

Di Semarang, mebel dan kerajinan yang terbuat dari tanaman eceng gondok yang diambil dari obyek wisata Rawapening mulai diminati. Ini terbukti dengan banyaknya permintaan dari berbagai kota, seperti Jakarta, Bandung dan Yogyakarta atas mebel dan kerajinan dari Rawapening ini<sup>2</sup>.

Di Sumatera Selatan, khususnya Palembang, keberadaan eceng gondok mulai menjadi perhatian Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Palembang. Hal ini terbukti dengan diadakannya pelatihan pengembangan tanaman eceng gondok menjadi bahan kerajinan di kelurahan Bukit Baru dan Kelurahan Karanganyar. Selain itu, Disperindag juga mencarikan akses pemasaran hasil kerajinan eceng gondok<sup>3</sup>.

Salah satu pengusaha yang dapat memanfaatkan tanaman eceng gondok sebagai kerajinan adalah UKM Karya Sejati yang bertempat di Jalan Sentosa, Plaju, Palembang. Usaha kerajinan ini mampu mengubah eceng gondok menjadi keranjang, tas, kursi, tempat payung serta tatakan piring. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, UKM Karya Sejati lebih memfokuskan usahanya pada produksi tas eceng gondok. Hal ini disebabkan produk tas ini harganya cukup bervariasi mulai dari Rp18.000 sampai dengan Rp98.000, selain itu permintaan akan tas ini selalu ada dan juga bahan bakunya sebagian besar menggunakan eceng gondok. Sedangkan produk lain seperti kursi, selain harganya mahal, produk ini diproduksi berdasarkan pesanan konsumen tertentu, dimana bahan bakunya selain menggunakan eceng gondok juga menggunakan rotan sebagai kerangkanya.

---

<sup>1</sup> Kompas. Bahkan wargapun berebut eceng gondok. 18 Februari 2003

<sup>2</sup> Kompas. Mebel eceng gondok mulai diminati. 10 Januari 2003

<sup>3</sup> Sriwijaya Post. Eceng gondok jadi souvenir. 30 Oktober 2002

Pemasaran kerajinan tas eceng gondok ini dilakukan dengan beberapa cara, antara lain : produk tas dapat dijual di rumah pengrajin, melalui pameran-pameran yang biasanya bekerjasama langsung dengan Departemen Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Selatan, diekspor melalui distributor tetap yaitu CV. Bambu Klasik di Lamongan, Jawa Timur ke Arab Saudi, Jerman, RRC, Malaysia dan Singapura. Pemasaran tas eceng gondok untuk ekspor tidak dilakukan secara langsung, tetapi melalui distributor karena jika pengrajin memasarkan sendiri maka akan mengalami banyak kesulitan terutama yang berhubungan dengan administrasi.

Mengingat bahwa di Indonesia sudah mulai banyak industri dan pengusaha yang memanfaatkan eceng gondok sebagai bahan kerajinan, maka UKM Karya Sejati harus dapat bersaing agar dapat *exist* di usahanya sehingga dapat memperoleh keuntungan seperti yang diharapkan. Untuk mengatasi hal ini maka UKM Karya Sejati perlu melakukan strategi mulai dari pengolahan sampai pada pemasaran eceng gondok menjadi produk tas, sehingga usahanya tidak ditinggalkan oleh konsumen.

## **B. Rumusan Masalah**

Melihat kondisi dimana di satu sisi, selama ini eceng gondok dianggap sebagai gulma perairan yang sangat merugikan masyarakat dan lingkungan, sedangkan di sisi lain tanaman ini justru memiliki nilai jual dan potensi yang sangat berharga jika dilakukan pengelolaan yang cukup baik, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap usaha kerajinan eceng gondok ini. Adapun permasalahan yang ingin diteliti adalah :

1. Berapakah besarnya keuntungan yang diperoleh UKM Karya Sejati dari usaha kerajinan tas eceng gondok ini

2. Pada saat kapan usaha kerajinan tas eceng gondok UKM Karya Sejati mencapai titik impas.
3. Bagaimanakah strategi yang dilakukan oleh UKM Karya Sejati dalam memasarkan kerajinan tasnya.

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

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis besarnya keuntungan yang diperoleh UKM Karya Sejati dari usaha kerajinan tas eceng gondok ini.
2. Menganalisis titik impas kerajinan tas eceng gondok UKM Karya Sejati.
3. Menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh UKM Karya Sejati dalam memasarkan kerajinan tasnya.

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai usaha kerajinan eceng gondok yang belum banyak dikenal oleh masyarakat, dan sekaligus juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pengrajin eceng gondok dalam mengembangkan usahanya. Bagi penulis sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang keilmuan yang diminati. Bagi akademisi, praktisi usaha, dan pihak-pihak yang berkepentingan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan referensi untuk kajian lebih lanjut di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2002. Penggemukan Sapi potong. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Alma, B. 2001. Pengantar Bisnis. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. 2003. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Biegel, E.J. 1992. Pengendalian Produksi Suatu Pendekatan Kuantitatif. Akademika Pressindo. Jakarta.
- Dinas Koperasi Pengusaha Kecil Menengah dan Penanaman Modal. 2003. Profil Investasi Sumatera Selatan. Sumatera Selatan.
- Falah, S.U. 2003. Eceng Gondok Gulma Sahabat Manusia. (Online). (<http://www.pikiran-rakyat.com>, diakses 11 Februari 2005).
- Forsyth, P. 1995. Everything You Need to Know About Marketing. *Diterjemahkan oleh Noviatno, L.C.* 1997. Segala Sesuatu yang Perlu Diketahui Tentang Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Foster, W.D. 1982. Principles of Marketing. *Diterjemahkan oleh Soetojo, S.* 1985. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Halim, A. 1995. Dasar-dasar Akuntansi Biaya. Edisi 3. BPFE. Jakarta.
- Harian Bisnis Indonesia. 29 Juli 2003. Festival SMEsCo jadi Icon Promosi KUKM. (Online). (<http://www.disb2b.com>, diakses 31 Agustus 2005)
- Harian Kompas. 18 Februari 2003. Bahkan Warga pun berebut Eceng Gondok. (Online). (<http://www.kompas.com/kcm>, diakses 11 Februari 2005).
- Harian Kompas. 10 Januari 2003. Mebel Eceng Gondok Mulai Diminati. (Online). (<http://www.kompas.com/kcm>, diakses 11 Februari 2005).
- Harian Sriwijaya Post. 30 Oktober 2002. Eceng Gondok Jadi Souvenir. (Online). (<http://www.sripot@detik.com>, diakses 11 Februari 2005)
- Herlambang, T. 2002. Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kalangi, J.B. 1997. Matematika Untuk Ekonomi dan Bisnis. BPFE. Yogyakarta.

- Keegan, J.W. 1995. *Global Marketing Management*. Diterjemahkan oleh Sindoro, A. 1996. *Manajemen Pemasaran Global*. Prenhallindo. Jakarta.
- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2003. *Pengembangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- LIPI. 2004. *Eceng Gondok Tumbuhan Pengganggu yang Bermanfaat*. (Online). (<http://www.e-smartschool.com/default.asp>, diakses 11 februari 2005).
- Lipsey, G.R., N.C. Poul., D.P. Dougias dan O.S. Peter. 1997. *Pengantar Makroekonomi*. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Meuthia, S.A. 2003. *Analisis Nilai Tambah dan Pendapatan penjualan Produk Olahan Nenas di Desa tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi Propinsi Jambi*. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya. (Tidak dipublikasikan)
- Mubyarto. 1991. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. IP3ES. Jakarta.
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kedua. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nasution, A. H. dan Barizi. 1988. *Metode Statistika*. Gramedia. Jakarta.
- Reksohadiprodo, S dan I. Gitosudarmo. 1998. *Manajemen Produksi*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Rojuaniah. 1991. *Pemanfaatan Eceng Gondok (Eichornia Crassipes Solm) Sebagai Pupuk Kompos dalam Usaha Peningkatan Produksi Tanaman Sayuran di Desa Buluh cawang Kecamatan Kota Kayu Agung Kabupaten OKI*. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya. (Tidak dipublikasikan).
- Sadeli, L.M. dan B. Siswanto. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sahid. 1998. *Dianggap Tak Berguna Ternyata Banyak Manfaatnya*. (Online). (<http://www.hidayatullah.com>, diakses 11 Februari 2005).
- Sastraatmadja, E. 1989. *Ekonomi Pertanian Indonesia*. Angkasa Bandung. Bandung
- Siagian, R. 1997. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Soeharjo, A dan D. Patong. 1973. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 1996. *Agribisnis (Teori dan Aplikasinya)*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sukirno, S. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Edisi 3. Raja Grafindo Persada. Jakarta

- Suprpti, L. 2000. Kerajinan dari Eceng Gondok. Trubus Agrisarana. Surabaya.
- Syarkowi, F dan M. Sufri. 2004 Manajemen Agribisnis. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Tjiptono, F. 1996. Strategi Bisnis dan Manajemen. ANDI. Yogyakarta.
- Umar, H. 1997. Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widjajatunggal, A. 1993. Akuntansi Biaya. Rineka Cipta. Jakarta.

