

PENGEMBANGAN KARAKTERISTIK TEKNIK SULAM KHAS TANGERANG PADA KERAJINAN ECENG GONDOK

Ghea Pasha Savira Basten¹, Fajar Ciptandi², Prafitra Viniani³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

gheapsb@student.telkomuniversity.ac.id¹, fajar@telkomuniversity.ac.id²

viniani@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) adalah salah satu tumbuhan air mengapung yang penyebarannya sudah lebih dari 50 negara di lima benua, dan telah dianggap sebagai tumbuhan gulma yang sangat menyusahakan di dunia, termasuk di Indonesia. Pertumbuhan eceng gondok yang cepat namun merugikan, membuat banyak upaya yang dilakukan masyarakat Indonesia untuk menangkal pertumbuhannya, karena adanya dampak negatif yang ditimbulkan oleh eceng gondok, seperti adanya banjir, karena dapat membuat penyumbatan pada sampah, menghambat masuknya cahaya dan oksigen masuk ke dalam air, sehingga menimbulkan kerusakan ekosistem. Namun demikian, eceng gondok masih dianggap mempunyai peluang untuk beberapa bidang dan adanya manfaat serta kelebihan lain, jika diolah dengan maksimal. Salah satu dengan menggunakannya sebagai material produk kerajinan (crafts) yang ramah lingkungan. Hal inilah yang telah dilakukan oleh UKM Ratu Eceng. Namun dalam proses memproduksi kerajinan tersebut, terdapat beberapa permasalahan dan kesulitan yang sedang dihadapi, salah satunya mengenai karakteristik produk yang dihasilkan. Mengembangkan inovasi yang sudah ada baik secara desain dan teknik untuk mengatasi masalah yang terjadi. Inovasi yang dilakukan pada kerajinan eceng gondok yaitu memberikan icon yang akan dapat dijadikan karakteristik produk UKM dengan mempertimbangkan alat serta bahan yang ada dan keterampilan yang dimiliki oleh perajin. Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini untuk mencapai tujuan yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, forum diskusi, eksplorasi dan studi pustaka. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan karakteristik produk UKM Ratu Eceng IEKO melalui pengembangan inovasi teknik sulam, agar dapat menambahkan nilai jual dan nilai estetik pada produk. Dengan hasil akhir yang berupa adanya sulaman bermotif ciri-khas produk (bunga anggrek Vanda Douglas) di atas produk yang dihasilkan oleh UKM Ratu Eceng Gondok IEKO.

Kata Kunci : Teknik Sulam, UKM Ratu Eceng IEKO, Ciri-Khas Produk

Abstract

Water hyacinth (Eichhornia crassipes) is a floating aquatic plant that has spread to more than 50 countries on five continents and has been considered a very troublesome weed globally, including in Indonesia. The growth of water hyacinth is fast but detrimental, making a lot of efforts made by the Indonesian people to prevent its growth, due to the negative impacts caused by water hyacinth, such as flooding, because the plant floats on the water, which can clog the waste, preventing its entry. Light and oxygen enter the water, causing damage to the ecosystem. However, water hyacinth is still considered to have opportunities in several fields, and there are other benefits and advantages if processed optimally. One of them is by using it as an environmentally friendly craft material. This is what Ratu Eceng UKM has done. However, in producing the craft, several problems and difficulties are being faced, including the characteristics of the product being produced. Developing existing innovations both in design and technique to solve the problems that occur. The innovation made in water hyacinth crafts is to provide an icon that can be used as a characteristic of SME products by considering the tools and materials available and the craftsmen's skills. The steps used in this study to achieve

the goal, namely by using interview techniques, observation, discussion forums, exploration, and literature study. This research aims to create the product characteristics of Ratu Eceng IEKO UKM by developing innovative embroidery techniques to add selling value and aesthetic value to the product. The final result in the form of embroidery with a unique product motif (Vanda Douglas orchid flower) on the product produced by UKM Ratu Water Hyacinth IEKO.

Keywords: Embroidery Technique, Ratu Eceng IEKO UKM, Product Characteristics



PENDAHULUAN

Eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) adalah salah satu tumbuhan air mengapung yang berasal dari Lembah Amazon Brasil yang penyebarannya sudah lebih dari 50 negara di lima benua (Malik, 2007). Tumbuhan yang pertama kali ditemukan secara tidak sengaja oleh ilmuwan ahli botani kebangsaan Jerman, bernama Carl Friedrich Philipp von Martius, di Sungai Amazon Brazil pada tahun 1824. Di Indonesia, eceng gondok dianggap merugikan, salah satunya di kota Tangerang. Berdasarkan data dari Antara News Banten (2019), disebut bahwa, eceng gondok menyebabkan banjir, penyumbatan pada sungai, mengancam kehidupan makhluk hidup di dalam air serta menimbulkan kerusakan ekosistem. (Rakotoarisoa et al., 2015,128)(Rakotoarisoa et al., 2015,290).

Namun, eceng gondok masih dianggap mempunyai peluang, jika diolah dengan maksimal. Salah satu manfaat eceng gondok adalah dapat digunakan sebagai kanvas seni lukis yang unik dan produk kerajinan (crafts) yang ramah lingkungan (Bhattacharjee et al., 2015)(Vaidyanathan and Induchoodan, 2017). Hal inilah yang telah dilakukan oleh kelompok usaha dari UKM Ratu Eceng, pelaku dari kelompok usaha ini dilakukan oleh beberapa masyarakat Danau Situ Cipondoh Tangerang. Dalam proses memproduksi kerajinan tersebut, terdapat beberapa permasalahan dan kesulitan yang sedang dihadapi. Salah satunya, permasalahan kelompok usaha ini belum mempunyai karakter yang khas dari produknya, dan diperlukan karakter atau ciri khas produk, untuk menaikkan nilai jual dan nilai pasar pada brand tersebut. Ciri khas lebih dikenal sebagai *branding*, atau lebih spesifiknya lagi adalah *corporate identity* (identitas perusahaan) di dalam dunia industri kreatif. *Corporate identity* adalah identitas yang dapat membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, perbedaan ini dapat berupa membangun dan mematenkan citra, *image* perusahaan yang bisa menjadisuatu daya tarik. (Mutohari, 2013).

Produk kerajinan yang dihasilkan baik, namun kurang inovatif dan bervariasi terutama dari segi teknik yang digunakan untuk menampilkan karakteristik. Dimana, beliau mengungkapkan bahwa adanya keinginan serta kebutuhan dari UKM untuk mengembangkan produknya agar dapat bertahan dan bersaing dengan produk lain yang sejenis.

Kurangnya inovasi dan variasi pada produk kerajinan di UKM Ieko Ratu Eceng ialah, kurangnya wawasan, keterampilan serta kesempatan untuk mengembangkan produknya.

Inovasi pada teknik yang digunakan pada produk kerajinan eceng gondok di UKM Ieko Ratu Eceng yaitu sulaman, sesuai inovasi yang telah ada sebelumnya, dikembangkan lebih lanjut karena dibutuhkan agar dapat menampilkan variasi baru pada produk terutama produk tas. Melalui proses eksperimen yang mudah, variatif dan aplikatif sehingga nantinya dapat diaplikasikan dengan baik bagi produk maupun pengrajin. Penambahan inovasi ini sebagai media dalam penyampaian gagasan dan teknologi baru yang ditujukan kepada suatu sistem sosial masyarakat dengan waktu komunikasi secara berkala dalam sistem masyarakat tersebut (Ciptandi,F, 2018)

METODE PENELITIAN

1. Observasi (*Sosial Media*)

Penulis melakukan observasi *offline* dan *online*, untuk *offline* dengan mengunjungi UKM Ratu Eceng Gondok IEKO dan danau Situ Cipondoh, Tangerang, Jawa Barat, dan untuk *online*, terus mengamati perkembangan melalui social media, dan *video call*, dengan tujuan untuk melakukan pengamatan serta pemahaman setiap proses produksi, dan untuk mencari perbandingan produk dan inovasi yang telah dilakukan oleh UKM melalui pengamatan dokumentasi yang ada di social media (*online*).

2. Wawancara (*Online*)

Penulis melakukan wawancara secara online atau tidak langsung, dengan pemilik usaha dan pengrajin di UKM Ratu Eceng Gondok IEKO. Melalui pemilik UKM, penulis dapat mengetahui dan memahami mengenai informasi material eceng gondok, cara mengolah serta proses produksi kerajinan, pengemasan, dan bagaimana kerjasama UKM dengan pihak luar. Sedangkan untuk penjelasan secara detail mengenai proses pengembangan produk kerajinan, terutama proses pengeringan material eceng gondok sehingga dapat menjadiserat dan proses penganyaman, lebih banyak dijelaskan oleh pengrajin kerajinan eceng gondok yang ada di UKM Ratu Eceng Gondok IEKO.

3. Studi Literatur

Penulis melakukan studi literatur dengan tujuan

menambahkan referensi yang dapat melengkapi kebutuhan informasi mengenai kerajinan eceng gondok di UKM Ratu Eceng Gondok IEKO, selain itu, penulis juga mencari referensi dan sumber informasi melalui beberapa buku maupun e-book, jurnal ilmiah, artikel terpercaya dan melalui situs resmi (seperti situs pemerintahan dan lainnya).

4. Diskusi

Diskusi dilaksanakan bersama dosen pembimbing, rekan satu kelompok tugas akhir dan orang-orang yang memahami tentang permasalahan yang sedang diteliti, agar dapat memecahkan sebuah masalah dalam proses pengerjaannya dan mendapatkan data tambahan.

5. Eksplorasi

Penulis melakukan eksplorasi dengan tujuan dapat menemukan desain, teknik dan material yang cocok untuk dijadikan pengembangan serta inovasi pada kerajinan eceng gondok, dimana nantinya dapat diaplikasikan kembali oleh para pengrajin ke media yang lebih besar yaitu produk UKM.

STUDI PUSTAKA

Eceng Gondok

Eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) atau yang sering disebut dengan *water lily* adalah salah satu tumbuhan air mengapung dan kadang-kadang berakar dalam tanah, tumbuhan ini sejenis dengan tanaman bakung yang hidup di perairan waduk, danau, rawa dan sungai. (Villamagna & Murphy, 2010)

Kecepatan pertumbuhan eceng gondok yang dapat menimbulkan dampak negatif (dSPACE.UII, 2008) dan dampak positif (Rapitasari, 2016) bagi kehidupan sekitar perairan, berikut dampak yang akibat percepatan tumbuhan eceng gondok:

- Dampak Negativ:

Menurunkan jumlah cahaya dan kadar oksigen dalam air, mengurangi keanekaragaman spesies yang tumbuh di dalam air, meningkatkan vektor penyakit pada manusia, mempercepat proses pendangkalan perairan diakibatkan tumbuhan eceng gondok yang matidan akan turun ke dasar air

- Dampak Positif : Memanfaatkan sebagai bahan utama meubelair, kertas, kompos, dijadikan biogas yang dapat diperoleh dari fermentasi

serta pakanternak, material utama pada pembuatan kerajinan tangan.

Profil UKM

Ratu Eceng Gondok IEKO adalah nama dari salah satu UKM asal Tangerang, yang berdiri pada tahun 2008 oleh Ibu Ieko Damayanti, dengan mengusung sumber daya alam sekitar Danau Situ Cipondoh, yaitu eceng gondok. Selain itu juga memanfaatkan sumber daya tenaga kerja masyarakat sekitar danau, untuk membantu memberikan lapangan pekerjaan serta membantu menaikkan perekonomian masyarakat sekitar danau.

UKM ini memiliki beberapa produk mulai dari produk *fashion* hingga *home decor*, Dan sejak tahun 2016, sudah beberapa kali membuat inovasi baru yang akan dijadikan untuk ciri khas atau karakter produk UKM Ratu Eceng Gondok IEKO, namun masih belum ada yang ditetapkan / dipatenkan, hal ini karena harus adanya proses melihat pasar agar dapat diterima oleh konsumen dan masyarakat. Pembuatan ciri khas / karakter produk ini bertujuan untuk menaikkan nilai harga jual dan *branding* UKM itu sendiri

Perkembangan yang telah dilakukan oleh UKM ini, menjadi inspirasi penulis untuk melanjutkan dan mengembangkan kembali inovasi yang telah diterima oleh konsumen dan pasar, dengan cara penulis fokus pada inovasi teknik sulam yang pernah diinovasikan oleh UKM pada tahun 2019.

Karakteristik / Ciri Khas

Oktarosada (2017), memaparkan bahwa karakteristik adalah sesuatu yang khas atau identik yang telah mengakar dimiliki suatu benda atau individu untuk menandakan sebuah kepemilikan atau suatu daya tarik dari suatu produk, dianggap suatu jalan untuk mempermudah proses pemasaran produk, karena adanya ciri khas dapat menjadi pembeda dengan produk-produk yang sejenis lainnya dari pesaing.

Icon Kota Tangerang

Menurut Romadhon & Muhtadi (2018), menuturkan bahwa, Pemerintah Kota Tangerang kini telah mengembangkan serta membudidayakan tanaman hias yaitu bunga anggrek Vanda douglas. Bunga anggrek Vanda douglas adalah salah satu tanaman bunga hias yang telah menjadi komoditi unggulan dan menjadi ikon dari Kota Tangerang. Bunga anggrek tersebut menginspirasi penulis dalam

membuat ikon karakteristik untuk produk UKM, Tangerang, karena UKM Ratu Eceng Ieko berasal dari kota

Teknik Sulam

Cahyadi & A.N Dewi, memaparkan pada tahun 2016, Teknik sulam adalah sebuah teknik seni persembahan reka, yang dikerjakan oleh seseorang ataupun mesin, dengan tujuan untuk mengembangkan kreativitas menggunakan media kerajinan kain, yang diberikan pola atau gambar untuk dihias dandiberikan sentuhan keindahan diantara sisi kain.

Dalam dunia desain tekstil, terdapat 2 jenis hal yang menjadi dasar desain tekstil, yaitu :

- *Surface design* : Suatu upayayang lebih menekankan teknik hias (dekoratif) untuk memberikan nilai-nilai keindahan, estetika
- *Surface design* : *Structure design* adalah suatu upayayang lebih menekankan pada susunan suatu desain, baik dari segi warna, garis, bentuk,dan lain sebagainya dari suatu rancangan

Teknik sulam yang digunakan penulis untuk membuat karakteristik yaitu Teknik *lazy sticth*, *satin sticth*.

Proses Perancangan

Proses perancangan hasil eksplorasi diawali dengan menentukan karakteristik yang akan digunakan, dengan cara mengumpulkan data melalui hasil wawancara dan observasi. Berikut merupakan data yang menjadi acuan dalam penentuan dan perancangan karakteristik :

NO	TAHUN	GAMBAR	INOVASI	ALASAN TIDAK BERLANJUT
1	2016		<ul style="list-style-type: none"> • Berwarna • Berkarakter • <i>Embellishment</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak dapat masuk ke semua generasi usia (lebih cenderung untuk anak-anak) • Kurang menonjolkan konsep produk“<i>nature</i>”
2	2018		<ul style="list-style-type: none"> • Inovasi desain produk (bentuk) • <i>Emblishment</i> bunga plastik • Berziper 	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan bunga plastic dianggap tidak tahan lama karena hanya ditempel tanpa disatukan • Menggunakan jahitan.

NO	TAHUN	GAMBAR	INOVASI	ALASAN TIDAK BERLANJUT
3	2019		<ul style="list-style-type: none"> • Inovasi sulam • Penambahankain batik • Pom-pom kecil 	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan inovasi kain batik dan pompom kecil, dianggap membuat produk terlihat lebih murahan tidak <i>elegan</i>.dan keluar dari konsep produkUKM • Inovasi sulam • dapat diterima oleh konsumen dan pasar.
4	2020		<ul style="list-style-type: none"> • Inovasi volume produk yang lebih besar • Pom-pom besar& tasel • Penambahankain renda 	<ul style="list-style-type: none"> • Inovasi penambahan kain renda dianggap keluar dari konsep brand UKM dan dianggap terlihat tidak <i>elegan</i> • Penambahan pom-pom dan inovasi volume produk pasar dapat diterima oleh konsumen dpasar

Pada proses penentuan karakteristik yang akan dikembangkan ke proses eksplorasi ini. Eksplorasi adalah proses percobaan mencari teknik yang nantinya akan diterapkan dan diaplikasikan pada pembuatan hasil akhir (Sagita & Ciptandi, 2020). Pada tahap pemilihan teknik penerapan karakteristik, terpilihlah teknik sulam. Teknik sulam dipilih karena pertimbangan penerimaan inovasi karakteristik produk yang diterima oleh konsumen dan termasuk dalam karakteristik yang dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Selanjutnya adalah proses eksplorasi, yang tahapnya terdiri dari 3 tahap, yaitu :

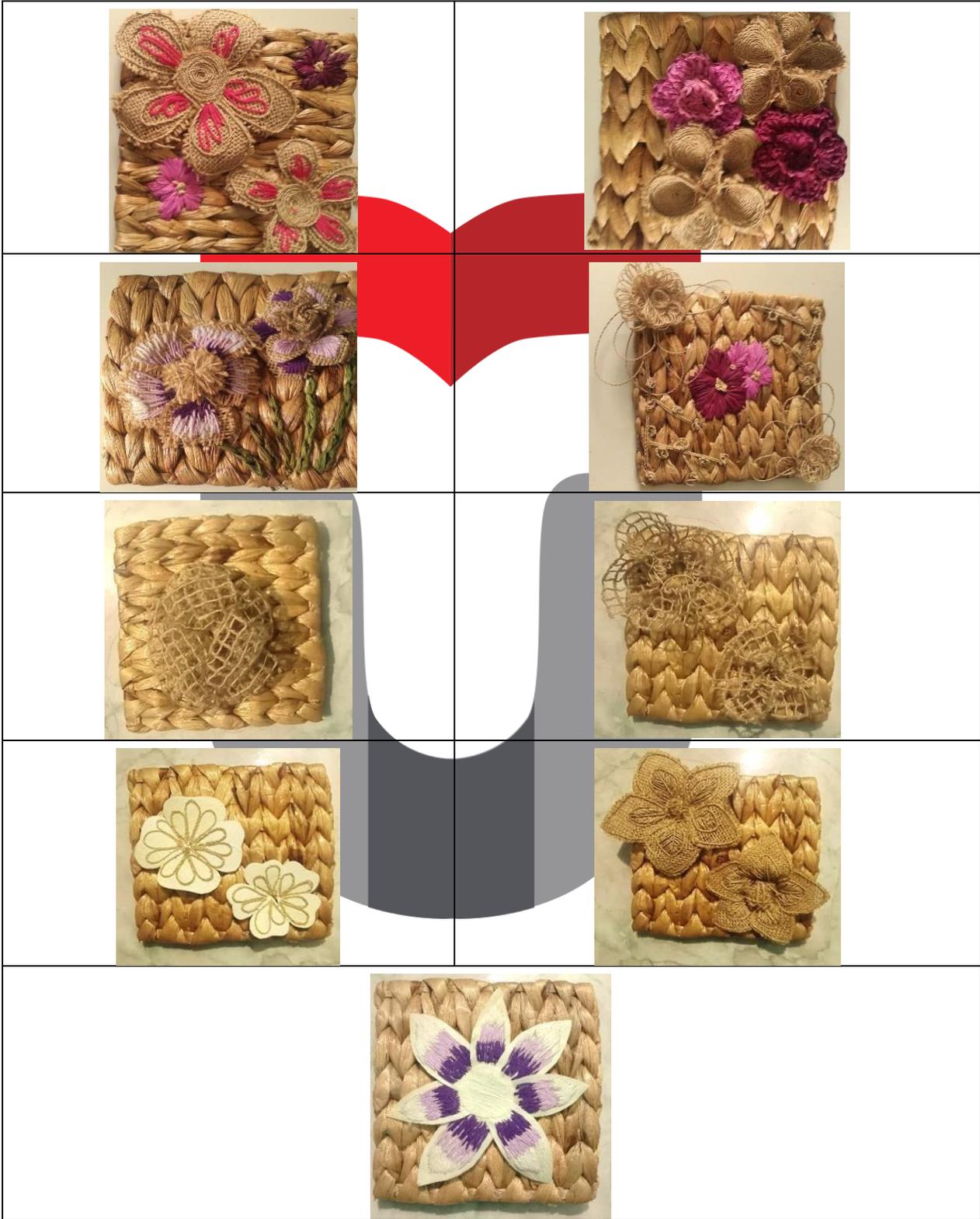
- a. Eksplorasi mandiri (dilakukan oleh penulis)
- b. Eksplorasi lanjutan (dilakukan untuk *transfer knowledge* bersama pemilik UKM)
- c. Eksplorasi terpilih (hasil eksplorasi *final*)

Proses eksplorasi dilakukan untuk menerapkan inovasi atau perkembangan yang sudah dirancang atau dikonsepskan oleh penulis ke dalam media yang sebenarnya, baik secara teknik, material, dan desain.

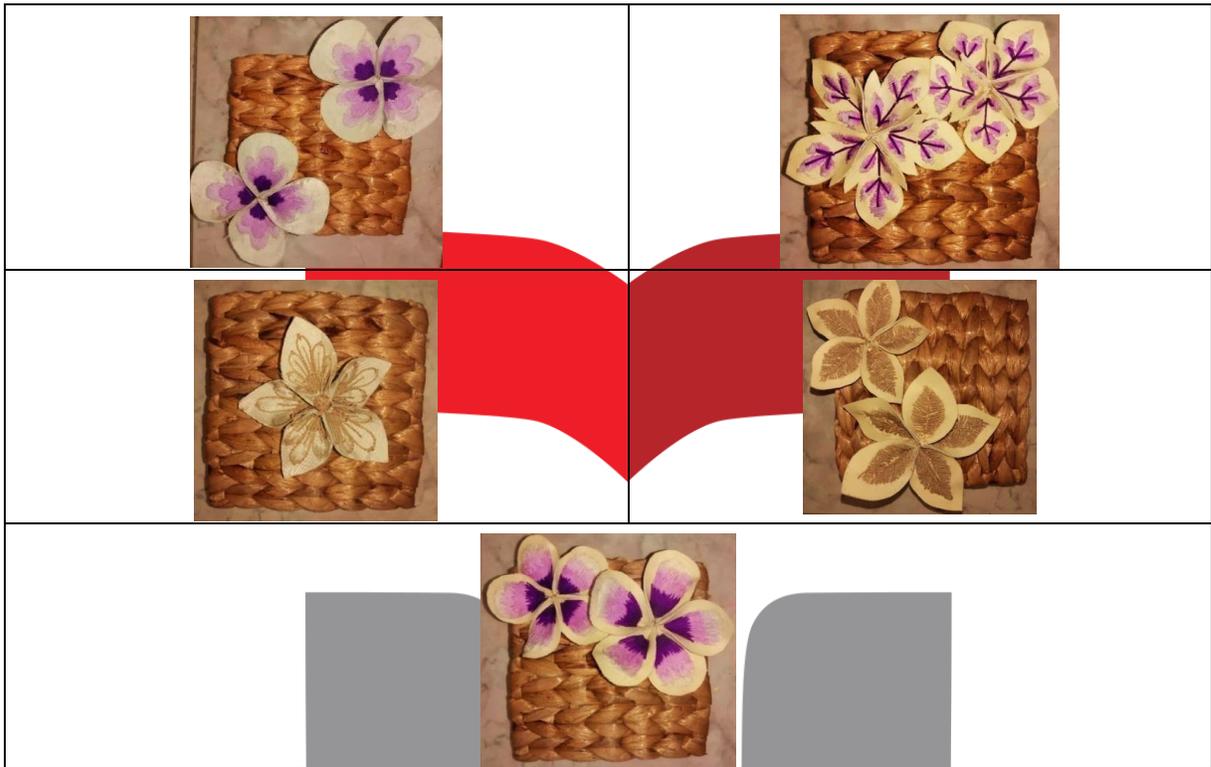
Berikut adalah hasil dari eksplorasi :

- a. Eksplorasi mandiri :

Eksplorasi Mandiri ke-1



Eksplorasi Mandri ke-2



Eksplorasi Mandri ke-3



b. Eksplorasi lanjutan :



Gambar 1. Dokumentasi eksplorasi lanjutan

Tahap-tahap dalam proses eksplorasi lanjutan/proses *transfer knowledge* bersama pemilik UKM :

1. Diawali dengan penulis dan owner mempersiapkan material dan alat sulam



2. Membuat pola kelopak bunga angrek, eksplorasi 3D pola dibuat pada kain dan eksplorasi 2D pola dibuat diatas produk



3. Membuat pola sulam



4. Proses penyulaman 3D menggunakan benang sulam dan tali rami



5. Menyatukan kelopak yang telah selesai disulam menggunakan benang jahit



6. Menggabungkan hasil sulaman 3D ke produk



7. Proses penyulaman 2D menggunakan benang sulam dan tali rami



8. Proses *finishing* dengan memberikan *furing*, *handle*, dan *zipper*



d. Eksplorasi terpilih :

Pada proses ini terlihat perbedaan produk sebelum dan sesudah diberikan perkembangan inovasi oleh penulis :



Konsep Perancangan

a. Deskripsi Konsep:

Konsep pada produk kerajinan eceng gondok ini adalah *Vanda-dery* yaitu produk yang menerapkan karakter / *icon* bunga anggrek '*Vanda Douglas*' pada produk anyaman UKM dengan teknik sulam / *embroidery* yang berasal dari bahan alam (tali rami) dan perpaduan gradasi warna ungu yang dihasilkan dari benang sulam yang ada pada sulaman 2D/3D. Inspirasi tersebut berasal dari daerah asal UKM Ratu Eceng IEKO berdiri, yaitukota Tangerang. Kota Tangerang memiliki keindahan bunga anggrek *Vanda Douglas* yang banyak tumbuh subur dan dikenal oleh masyarakat luas di luar kota Tangerang, sehingga bunga anggrek *Vanda Douglas* menjadi *icon* / cirikhas kota Tangerang.

b. Moodboard :



Gambar 2. *Imageboard*

Rancangan moodboard ini mengangkat tema "Icon Tangerang" dengan judul "TheLady`s of Vanda-dery" berasal dari Bahasa Inggris yang artinya para perempuan penyulam bunga anggrek "*vanda douglas*". Judul tersebut terinspirasi dari banyaknya para perempuan yang memilih menjadi pengrajin produk dan pembeli produk kerajinan produk UKM tersebut, selain itu judul ini mencakup tentang konsep perancangan, material dan inovasi yang diangkat oleh penulis.

c. Lifestyleboard :



Gambar 3. *Lifestyleboard*

Lifestyle board yang dibuat oleh penulis, ditujukan untuk *customer* yang menyukai gaya hidup simple, dan menerapkan hidup dekat dengan kedamaian alam dan menjaga lingkungan. Selain itu memiliki minat kepada hal-hal yang berkaitan dengan seni kerajinan, budaya lokal, dan *craftmanship*. Karakter gaya hidup pada *customer* yang sangat menghargai adanya ketenangan, kesederhanaan dan menghargai suatu proses, begitupun dalam berpenampilan, pemilihan *style* yang casual, simple namun tetap elegan. Gaya *style* tersebut dipadukan dengan warna-warna *earth tone*, seperti coklat, putih, hitam, abu, dan hijau

c. Analisa Brand Pembandingan :

Dilakukan analisa terhadap dua *brand* yakni Kanaka Semar dari Klaten, dan Witrove dari Surabaya. Dari hasil penelusuran, diperoleh hasil bahwa belum ada nya *brand* yang menggunakan teknik sulam 3D yang diterapkan menggunakan tali rami dengan karakteristik bunga anggrek *vanda douglas*. Hal tersebut terjadi karena *brand-brand* tersebut lebih cenderung menggunakan material benang sulam dan dengan dimensi 2D.

d. Analisa *customer profile* / target market :

Analisa target market dibagi menjadi tiga kategori, yaitu :

1. Segi geografis :

Customer yang dituju adalah masyarakat dalam negeri dan luar negeri, untuk masyarakat dalam negeri yang dituju berada di kota besar. Masyarakat kota besar dipilih sebagai target market karena *lifestyle* masyarakat yang dapat menerima dan tertarik akan produk lokal dan *handcraft*, yang membuat kerajinan/produk yang dibuat melalui proses manual lebih dihargai. Hal tersebut juga sangat terlihat pada masyarakat dari luar negeri, yang sangat tertarik pada produk lokal.

2. Segi demografis :

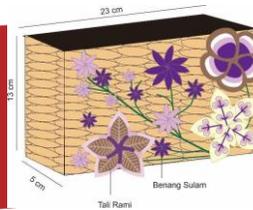
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Usia : 23 – 45 tahun
- Kelas Sosial : Menengah keatas
- Pekerjaan : Pengusaha dan Kantoran
- Penghasilan : ≥ 5 juta keatas

Gambar 4. Sketsa produk pertama

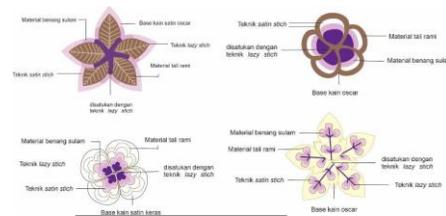


3. Segi demografis :

Customer yang memiliki karakter yang tenang, menyukai kedamaian, ramah, peduli dan menyukai keindahan alam. Selain itu, *customer* juga memiliki ketertarikan pada *handycraft*. Dan memiliki *fashion enthusiast* serta kepedulian terhadap lingkungan yang tinggi, sehingga paham akan gaya dan tren namun tetap melibatkan pemanfaatan lingkungan. Selain itu, *customer* memiliki hobi membaca buku, berkebun dan *traveling*.



Gambar 5. Sketsa produk kedua

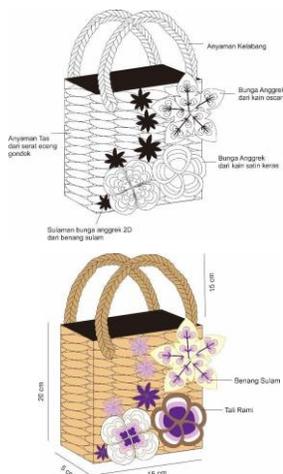


Gambar 6. Sketsa detail eksplorasi 3D

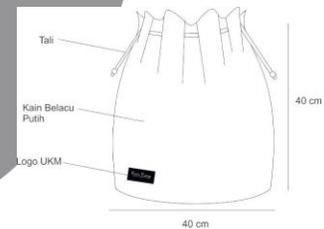
Rancangan Produk

a. Produk :

Pada proses rancangan produk ini, penulis membuat sketsa tas produksi hasil akhir, setelah melakukan beberapa tahapan, mulai dari eksplorasi mandiri hingga eksplorasi pilihan, pembuatan konsep, imageboard dan lifestyleboard. Berikut desain produk yang akan direalisasikan oleh penulis :



b. Merchandise Kit :





Gambar 7. Sketsa *Marchasndise Kit*

c. Visualisasi Produk :



Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang berjudul `Pengembangan Karakteristik Teknik Sulam Khas Tangerang pada Kerajinan Eceng Gondok, di antaranya:

1. Mampu mengembangkan teknik pada produk kerajinan eceng gondok, selain menggunakan teknik anyam, yaitu menggunakan teknik sulam. Pemilihan teknik sulam, karena melihat karakteristik yang telah ada sebelumnya dan mempertimbangkan keahlian pengrajin
2. Berhasil menciptakan karakteristik pada produk UKM, melalui inovasi elemen dekorasi desain yang dapat menjadi *icon* produk kerajinan UKM. Namun tetap perlu dikembangkan secara berkala, mengikuti permintaan pasar. Adanya karakter khas UKM berasal dapat memudahkan proses pemasaran karena telah ada *brand identity* pada produk.
3. Inovasi teknik sulam dapat dikembangkan dengan menggunakan beberapa jenis teknik sulam, dan material yang belum pernah dipakai sebelumnya. Inovasi ini memberikan pengaruh positif kepada pihak UKM, karena mendapatkan pengetahuan baru mengenai material yang sebelumnya belum pernah dipakai dan teknik yang sebelumnya belum pernah diterapkan

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dan menghasilkan analisa dan data diatas. Sehingga penulis dapat memiliki saran dari hasil penelitian, sebagai berikut adalah :

1. Kepada UKM Ratu Eceng IEKO, agar terus mengembangkan dan meningkatkan inovasi terutama dalam segi teknik sulam, desain (produk, sulam, dan *icon*), tanpa menghilangkan karakteristik yang telah ada dan digunakan, hal tersebut diperlukan agar terus dapat bersaing dan dapat memenuhi permintaan pasar untuk meningkatkan minat beli konsumen
2. Kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi selanjutnya, terkait dengan penelitian inovasi pada teknik sulam dan motif cirikhas / karakteristik pada produk kerajinan anyaman eceng gondok, dengan topik penelitian, pendekatan, dan objek penelitian yang berbeda

dengan penulis selanjutnya.

Referensi

- [1] Bhattacharjee, R., Hazarika, H., & Bordoloi, P. K. (2015). Empowering women through water hyacinth enterprise- An impact analysis. *Asian Journal of Home Science*, 10(2), 364– 370. <https://doi.org/10.15740/has/ajhs/10.2/364-370>.
- [2] Cahyadi, D., & A.N Dewi, D. (2016). *Desain Meja Kerja Sulam Tumpar*. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>.
- [3] Ciptandi, F. (2018), Transformasi Desain Struktur Tenun Gedog dan Ragam Hias Batik Tradisional Khas Tuban Melalui Eksperimen Karakteristik Visual, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung.
- [4] Ciptandi, F. (2020, December). The Ability to Adapt jBatik Software Technology for Traditional Batik Craftsmen. In *2020 6th International Conference on Interactive Digital Media (ICIDM)* (pp. 1-4), IEEE.
- [5] Malik, A. (2007). *Environmental challenge vis a vis opportunity: The case of water hyacinth*
- [6] Mutohari, S. (2013). *Pentingnya ciri khas dalam seni dan individu*.
- [7] Rapitasari, D. (2016). *IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IBM) PEMBERDAYAAN USAHA KERAJINAN TANGAN ECENG GONDOK “ SULAM PITA ” BERNILAI EKONOMIS TINGGI DI KELURAHAN KEBRAON KECAMATAN KARANGPILANGKOTA SURABAYA SCIENCE AND TECHNOLOGY FOR SOCIETY (IBM) HYACINTH HANDICRAFT“ RIBBON EMBRO. 1, 536–553*
- [8] Villamagna, A. M., & Murphy, B. R. (2010). Ecological and socio-economic impacts of invasive water hyacinth (*Eichhornia crassipes*): A review. *Freshwater Biology*, 55(2), 282–298.
- [9] Vaidyanathan and Induchoodan. (2017). *Water Hyacinth: Environment challenge vis a vis Opportunity??*