



Eksistensi Produk Home Industri Keramik Masyarakat Pulutan Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa

Setia Enjelina Sirait¹, Abdul Rasyid Umaternate*², Hamdi Gugule³
^{1,2,3}*Universitas Negeri Manado*

Article Received: 20 Juli 2021; Accepted: 08 September 2021; Published: 30 Desember 2021

ABSTRACT

The purpose of this study is to be able to learn about the existence of home products from pulutan industries and also know what factors affect people's purchasing power on the home products of the tiled industries. The method used in this study is qualitative research, which attempts to describe any existing symptoms or circumstances, which is how they appear at the time of the research. By using data-collection techniques to interpret interview and observation techniques. The informant in the study was the village head of pulutan, the potter of China, as well as the manager of the celadon training. Based on the results of the existence of existentially strong domestic products such as development development, it is difficult to increase consumer interest in products that are marketed and dominant communities are waiting to buy homes without taking advantage of social media and slowing the social exchange between the occupation and the consumer or society. In terms of factors, the decline in purchasing power is caused by a lack of quality, creation, human beings, an inadequate price and existence in the market.

Keywords: Existence; Purchasing interest; Social exchange

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui eksistensi pembuatan produk *home industri* keramik Pulutan dan juga mengetahui apa faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap produk *home industri* keramik Pulutan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode penelitian kualitatif, yang berusaha mendeskripsikan seuruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian di lakukan. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini merupakan Kepala Desa Pulutan, Pengerajin keramik, dan juga Manajer pelatihan pembuatan keramik. Dari hasil yang di temukan bahwa eksistensi produk *home industri* keramik Pulutan di lihat dari sejarah perkembangannya tergolong lambat, hal tersebut karena masyarakat kurang mengikuti perkembangan jaman sehingga susah untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang di pasarkan dan juga masyarakat dominan menunggu di pembeli datang membeli kerumah tanpa memanfaatkan media sosial sehingga memperlambat pertukaran sosial antara pengerajin dan juga konsumen atau masyarakat. Dari segi faktor menurunnya daya beli di sebabkan oleh kurangnya kualitas, kreasi, SDM, harga tidak sesuai dan juga kurangnya eksistensi dalam pemasarannya.

Kata kunci: Eksistensi; Minat Beli; Pertukaran Sosial

PENDAHULUAN

Home industry adalah suatu unit usaha atau perusahaan berskala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai

pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya. Secara umum pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang di sekitarnya sebagai kariawannya.

Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun dalam kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Dengan begitu, usaha perusahaan kecil ini otomatis bisa membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran. Lagi, jumlah penduduk meskipun akan dapat berangsur menurun. Dalam kehidupan sehari-hari, sejak dari kehidupan prasejarah sampai dengan masa kini kita tidak bisa dipisahkan dari produk keramik.

Perkembangan zaman dari tahun ke tahun tentu saja mempengaruhi perkembangan pembuatan keramik di desa Pulutan. Jika dulu dalam pembuatan keramik masih menggunakan tenaga lembu untuk mengangkat tanah liat yang ada di sekitar desa. Kemudian untuk penggilingan tanah yang berguna untuk menjaga kepadatan tanah masih secara manual. Dan dalam hal pemasaran pun masih membawa keramik kedesa desa dengan mengandalkan kereta kuda. Maka di jaman sekarang telah menggunakan mesin penggilingan untuk pembuatan keramik. Kreasi dalam pembuatan keramik di desa Pulutan ini semakin berkurang, dengan minimnya kreasi dalam pembuatan keramik maka minat konsumen terhadap produk keramik pulutan semakin menurun.

Tidak hanya kreasi dalam pembuatan keramik yang berkurang, namun eksistensi masyarakat baik dalam pemasaran juga masih minim. Apalagi dengan perkembangan jaman yang semakin maju harusnya eksistensi masyarakat juga semakin meningkat. Misalnya saja dengan penjualan keramik menggunakan media *online* atau mengenalkan produk keramik menggunakan aplikasi *online*. Berdasarkan masalah yang telah di uraikan pada sebelumnya maka penelitian ini di fokuskan pada; Eksistensi Produk Home Industry Keramik Masyarakat Pulutan dan di rumuskan sebagai berikut; Bagaimana eksistensi pembuatan produk home industry keramik Pulutan? Serta apa faktor-faktor yang mempengaruhi menurunnya minat beli masyarakat terhadap keramik home industri keramik ? dan yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu Mengetahui eksistensi pembuatan produk home industri keramik pulutan dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi menurunnya minat beli masyarakat terhadap produk home industri keramik Pulutan.

Untuk mengkaji permasalahan tersebut tersebut ada beberapa kajian teori yang di pakai yakni dengan konsep sosiologi ekonomi dimana Sosiologi Ekonomi merupakan perspektif sosiologis yang menjelaskan fenomena ekonomi, terutama terkait dengan aspek pertukaran, produksi, distribusi, konsumsi barang, jasa, dan sumber daya, yang bermuara pada bagaimana masyarakat mencapai kesejahteraan. (Ketut Gede Mudiarta, 2011:55). Untuk memenuhi kebutuhan sosial ekonomi manusia akan saling bertukar sesuatu, baik itu saling bertukar barang, uang, makanan dan apaun itu untuk menunjang kebutuhan hidupnya, karena semua perilaku manusia di dorong oleh perilaku pertukaran. Perilaku pertukaran merupakan fenomena sosial yang lahir oleh adanya pengharapan kembali sesuatu sebagai ibalan ketika seseorang melakukan suatu tindakan.

Menurut George C Homans dan Peter M Blau dalam teori pertukaran terdapat terdapat 3 asumsi dasar, yaitu: (Damsar, 2010:60-62)

1. Manusia adalah makhluk yang rasional yang akan mempertimbangkan untung dan rugi, manusia juga merupakan makhluk sosial yang sehari-hari melakukan tindakan sosial.
2. Perilaku sosial akan terjadi apabila perilaku tersebut harus berorientasi pada tujuan yang hanya di capai melalui interaksi dengan individu lain. Perilaku harus bertujuan untuk memperoleh sarana bagi pencapaian tujuannya.
3. Transaksi dalam pertukaran terjadi jika pihak yang terlibat mendapatkan keuntungan dari pertukaran tersebut.
Tindakan pertukaran tidak akan terjadi apabila dari pihak-pihak tersebut tidak mendapatkan keuntungan dan suatu transaksi pertukaran.

Untuk memenuhi kebutuhan sosial ekonomi manusia akan saling bertukar sesuatu, baik itu saling bertukar barang, uang, makanan dan apa pun itu untuk menunjang kebutuhan hidupnya, karena semua perilaku manusia di dorong oleh perilaku pertukaran. Demikian juga yang dilakukan oleh masyarakat Pulutan, mereka akan saling bertukar sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sosial ekonomi mereka, baik itu bertukar produk dengan uang yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di gunakan peneliti adalah metode pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Muktar (2013:28) Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian di lakukan. Menurut Moleong, (2010:94) Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Pendekatan ini di arahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik. Dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif peneliti mencoba menjelaskan Minat Konsumen terhadap Home Industry Keramik desa Pulutan, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa Sulawesi Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Perkembangan Home Industri Keramik Pulutan

Sejarah perkembangan home industri dapat di artikan sebagai ke eksistensian suatu kegiatan usaha itu di mulai dari berdirinya home industri tersebut hingga berkembang dan di terima oleh banyak orang. Eksistensi atau dalam bahasa Inggris yaitu *Excitence* yang berarti timbul atau keadaan kegiatan usaha tersebut di terima dari dulu hingga sekarang dan semakin berkembang sesuai kebutuhan masyarakat. (Filsafat, 2005:183)

Perkembangan suatu home industri atau ke eksistensian suatu kegiatan usaha dapat mempengaruhi kegiatan perekonomian. Untuk itu perlu ke eksistensian dalam mengikuti setiap permintaan pasar dalam mengembangkan produk industri tersebut.

Jika di lihat perkembangan home industri keramik pulutan ini termasuk lambat perkembangannya.

2. Cara menarik Minat Konsumen

Menurut Sandjaja (Ikbal,2011:13), minat adalah suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari atau mencoba aktifitas dalam bidang tertentu. Minat juga dapat di sebut sebagai suatu keinginan yang dapat berpengaruh terhadap perilaku sosial suatu masyarakat. Dalam hal ini aktifitas yang di lakukan adalah cara menarik minat konsumen.

Untuk menarik minat konsumen di butuhkan beberapa hal, mulai dari kualitas produk, kreasi, harga, ketersediaan produk dan promosi. Kualitas suatu produk dapat menarik minat masyarakat. Menurut Tjiptono (2008:25), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefist) bagi pelanggan. Itu artinya dengan kualitas yang di miliki oleh suatu produk akan menimbulkan minat beli oleh konsumen terhadap suatu barang maupun jasa. Ketika masyarakat melihat bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang bagus, maka masyarakat akan memeiliki minat untuk memiliki produk tersebut. Pengerajin di desa Pulutan juga melakukan hal yang demikian. Mereka menarik minat konsumen dengan cara memberikan kualitas yang baik kepada masyarakat. Karena dengan menarik minat konsumen akan menambah ketertarikan masyarakat mengenai home indutri tersebut. Dengan begitu produk *home indutri* tersebut akan semakin berkembang dan semakin eksis.

Hal ini tentunya tidak serta merta akan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap barang yang dijual, tentunya dengan adanya campur tangan pihak ketiga seperti pemerintah atau pihak swasta dalam mengembangkan usaha kerajinan keramik ini akan semakin meningkatkan ketertarikan konsumen hingga meningkatkan penjualan produk tersebut. Salah satunya melalui pemberdayaan masyarakat pengrajin keramik pulutan. Dimana Konsep pemberdayaan masyarakat yang harus diperhatikan adalah konsep individu atau kelompok, memperhatikan konsep konteks atau situasi serta memperhatikan konsep waktu pelaksanaan pemberdayaan tersebut (Kerebungu & Fathimah, 2021).

3. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran merupakan suatu kegiatan pemasaran barang atau jasa yang di lakukan oleh lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang atau jasa dan memberikan pengaruh hubungan timbal balik antara produsen dengan pasarnya. Dalam sistem pemasaran antara produsen dengan pemasarnya harus memiliki interaksi sosial yang baik dengan menguntungkan kedua belah pihak. Tidak hanya interaksi sosial, tetapi pertukaran sosial juga dapat mempengaruhi sistem pemasarannya. Misalnya produsen melakukan pertukaran sosial dengan memberikan barang yang siap di pasarkan kepada lembaga atau kelompok kemudian kelompok tersebut membelikan uang sebagai upah dari produk yang akan di pasarkan dengan begitu pertukaran sosial akan terjadi.

Menurut George C Homans dan Peter M Blau dalam teori pertukaran terdapat terdapat 3 asumsi dasar, yaitu: (Damsar, 2010:60-62)

1. Manusia adalah mahluk yang rasional yang akan mempertimbangkan untung dan rugi, manusia juga merupakan mahluk sosial yang sehari hari melakukan tindakan sosial.
2. Perilaku sosial akan terjadi apabila perilaku tersebut harus berorientasi pada tujuan yang hanya di capai melalui interaksi dengan individu lain. Perilaku harus bertujuan untuk memperoleh sarana bagi pencapaian tujuannya.

3. Transaksi dalam pertukaran terjadi jika pihak yang terlibat mendapatkan keuntungan dari pertukaran tersebut. Tindakan pertukaran tidak akan terjadi apabila dari pihak-pihak tersebut tidak mendapatkan keuntungan dan suatu transaksi pertukaran.

Dari asumsi tersebut dapat di kaji bahwa dalam sistem pemasaran perlu di perhatikan dan di pertimbangkan terlebih dahulu untung dan rugi yang akan di dapat ketika melakukan kegiatan pemasaran tersebut. Tidak hanya itu interaksi dengan individu lain juga dapat di lakukan untuk meningkatkan sistem pemasaran, misalkan dengan menambah relasi kepada masyarakat luas melalui interaksi sosial baik secara langsung maupun tidak langsung.

4. Cara Pembuatan Keramik

Kamus dan ensiklopedia tahun 1950 (dalam Yusuf,1998:2) mendefenisikan keramik sebagai suatu hasil seni dan teknologi untuk menghasilkan barang dan tanah liat yan di bakar, seperti gerabah, genteng, porselin, dan sebagainya.

Keramik yang berasal dari tanah liat untuk cara pembuatan keramik dilakukan dengan cara pengolahan bahan-bahan terlebih dahulu yaitu dengan mengolah bahan baku dari berbagai material yang belum siap pakai menjadi bahan keramik plastik yang siap pakai. Kemudian masuk pada tahap pembentukan dimana dapat mengubah bongkahan bahan tanah liat plastik menjadi benda-benda yang di kehendaki pembentukan di lakukan dengan cara manual atau menggunakan alat. Setelah benda keramik selesai di bentuk, maka tahap selanjutnya adalah pengeringan. Tujuan utama dari pengeringan adalah untuk menghasilkan air plastik yang terikat pada badan keramik. Kemudian ada tahap pembakaran yang merupakan inti dari pembuatan keramik dimana proses ini mengubah massa yang rapuh mejadi massa yang rapuh menjadi massa yang padat, keras, dan kuat. Untuk tahap akhir yaitu proses pengglasiran dimana tahap ini berfungsi untuk melindungi keramik, memperkuat struktur dan memperindah tampilannya. Kemudian keramik yang telah selesai pada tahap pengglasiran pengerajin dapat mengecat keramik tersebut dengan se kreatif mungkin.

Ketika keramik yang di hasilkan memiliki cara pembuatan yang berkualitas maka hal ini dapat meningkatkan eksistensi produk di kalangan masyarakat karena memiliki produk yang berkualitas.

5. Pelatihan atau kursus Pengerajin

Pelatihan atau kursus pengerajin di buat untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar memiliki kreasi yang berbeda pada saat pembuatan keramik. namun minat dan pola pikir masyarakat sangat berpengaruh dalam hal ini. Masyarakat dominan memiliki pola pikir bahwa belajar membuat keramik di tempat kursus sama saja dengan belajar di tempat home industri masing masing. Padahal jika di kaji secara sosiologi ekonomi, seharusnya pelatihan keramik ini dapat menjadi pengaruh baik dalam meningkatkan kreasi baru dalam pembuatan keramik. Dengan begitu akan meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk industri tersebut, kemudian biasa mengenalkan produk industri tersebut hingga keluar negeri seperti Kanada.

Hal ini juga dapat meningkatkan eksistensi produk home industri keramik, dengan mengikuti pelatihan atau kursus untuk para pengerajin yang dapat meningkatkan kreasi baru dalam pembuatan keramik pulutan.

6. Faktor-faktor Penghambat Menurunnya minat beli masyarakat

Minat konsumen terhadap suatu barang akan di pengaruhi oleh seberapa besar konsumen menginginkan barang yang ia butuhkan, maka untuk menarik minat konsumen ada beberapa faktor-faktor yang yang menjadi pertimbangan konsumen, karena minat konsumen tergantung bagaimana produk yang di tawarkan, baik itu dari kualitas produk, kreasi, harga, kepuasan, bahkan promosi (Tjiptono, 2008:25).

Faktor faktor yang menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat yaitu:

1. Kualitas
Kualitas Produk, menurut Tjiptono (2008:25), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefist) bagi pelanggan. Itu artinya dengan kualitas yang di miliki oleh suatu produk akan menimbulkan minat beli oleh konsumen terhadap suatu barang maupun jasa.
2. Kreasi, yaitu salah satu kegiatan manusia yang dapat memberikan kepuasan tersendiri karena kreasi lahir dari karya seni manusia yang di buat dengan keahlian tertentu sehingga memiliki nilai keindahan. Jika suatu produk atau barang yang di jual tidak memiliki seni maka pruduk tersebut tidak akan mampu bersaing di pasar.
3. SDM, kurangnya Sumber Daya Manusia juga merupakan salah satu faktor utama menurunnya daya beli masyarakat. Hal ini terjadi karena daya beli masyarakat itu musiman, jika hari raya besar maka daya beli masyarakat akan semakin meningkat. Namun karena kurangnya SDM membuat pengerajin tidak mampu untuk mengelolah dan tidak dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Hal ini dapat menyebabkan minat konsumen semakin menurun
4. Harga, menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Jika harga tidak sesuai dengan kualitas produk maka hal ini dapat menjadi faktor menurunnya daya beli masyarakat. Namun jika harga seesuai dengan kualitas sutu barang, maka konsumen akan membeli produk.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Eksistensi Produk Home Industri Keramik masyarakat Pulutan Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa Sulawesi Utara maka diambil dua kesimpulan kesimpulan yang pertama yaitu eksistensi produk home industri keramik Pulutan ini jika di lihat dari segi perkembangannya lambat. Hal tersebut di karenakan masyarakat yang kurang mengikuti perkembangan jaman sesuai kebutuhan pasar. Masyarakat kurang mengikuti pelatihan pembuatan keramik yang dapat menambah kreasi masyarakat dalam pembuatannya. Namun dari segi pemasarannya masyarakat masih dominan menunggu orang untuk penjualannya dan menitipkan hasil produk kepada kelompok tertentu supaya di pasarkan. Dengan begitu pengrajin membutuhkan pertukaran sosial dan interaksi sosial kepada pemasar atau pembeli supaya mereka dapat bertransaksi dengan baik. Kesimpulan yang ke dua bahwa faktor menurunnya daya beli masyarakat terhadap produk home industri keramik di akibatkan oleh kurangnya kualitas, kreasi dan SDM yang masih tergolong minim. Penggunaan media sosial yang minim sebagai alat yang bisa memasarkan produk home industry keramik menjadikan produk kurang memiliki eksistensi, karena masyarakat luar tidak terlalu mengenal produk home industri keramik Pulutan.

REFERENSI

- Abdurachman, U. 2004. *Analisis Faktor Faktor yang menimbulkan kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung*. Jurnal Manajemen dan kewirausahaan
- Alkim. 2005. *Pemberdayaan Home Industri Terhadap Masyarakat Pesisir*.
- Amstrong, K. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Astuti, A. 2008. *Keramik Ilmu dan Proses Pembuatannya*. Ariando Nusa Media.
- Damsar. 2010. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grub.
- Iqbal. 2011. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat*. Skripsi Semarang
- Keller, P. K. 2014. *Manajemen Pemasarana*. Jakarta: Indeks.
- Kerebungu, F., & Fathimah, S. 2021. *Community Empowerment at the Malalayang Dua Beach Tourism Object , Manado*. 603(Icss), 326–332.
- Kotler Philip dan Amstrong Gray. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2007. *Ekonomi Industri Menuju Negara Maju*. Yogyakarta: ANDI.
- Lexy.J.Moleong. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Posyada Yakarya.
- Mudiarta, K. G. 2011. *Perspektif Dan Peran Sosiologi Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat*. Pusat sosial ekonomi dan kebijakan ekonomi
- Nasusarto, H. M. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nitisusastro, M. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Poloma.M. 2000. *Sosiologi Kontenporer*. Jakarta: Rajawali.
- Ritzer, G. 2012. *Teori Sosiologi dari Teori Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodren*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, G. 2016. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.