

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Pati merupakan salah satu dari 35 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah bagian timur. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Pati Nomor: 3 Tahun 1993 Tentang Semboyan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Pati, Kabupaten Pati dikenal dengan semboyan “*Bumi Mina Tani*”. Semboyan tersebut merupakan kependekkan dari berdaya upaya menuju identitas Pati yang makmur, ideal, normatif, adil, tertib, aman, nyaman dan indah. Secara sederhana, semboyan yang melekat pada Kabupaten Pati ini dapat dimaknai sebagai suatu bentuk harapan atau cita-cita dari masyarakat Kabupaten Pati untuk bersama-sama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui potensi yang dimiliki (patikab.go.id, 2017).

Wilayah Kabupaten Pati memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dapat dikembangkan dalam segala aspek kehidupan, seperti pertanian, perikanan, perkebunan, perindustrian, pertambangan atau penggalian dan pariwisata. Namun potensi utama dari kabupaten ini berada pada sektor pertanian, sehingga mata pencaharian utama masyarakatnya adalah bertani. Akan tetapi kecenderungan penduduk untuk bekerja dalam sektor pertanian mulai mengalami penurunan. Menurunnya minat penduduk untuk mengembangkan diri atau bekerja dalam sektor pertanian dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya citra dari sektor pertanian yang kurang bergengsi, identik dengan kemiskinan, beresiko tinggi dan kurang memberikan jaminan kesejahteraan dimasa depan (Susilowati, 2018:47). Pada umumnya, pandangan para petani terhadap hakikat waktu masih sangat sederhana. Petani hanya mempunyai perhatian untuk masa sekarang, sedangkan untuk masa yang akan datang tidak terlalu difikirkan (Sudarta, 2016:39).

Selain itu, penduduk menjadi tidak memiliki rasa bangga untuk bekerja sebagai petani dan memilih untuk beralih mata pencaharian. Kondisi seperti ini dapat dilihat dari lahan pertanian yang mulai beralih fungsi menjadi perumahan,

industri atau tempat usaha lain yang dinilai lebih memberikan keuntungan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Desa Cebilek Kidul Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati yang menunjukkan bahwa lahan pertanian dari sawah yang semula digunakan untuk bertani beralih menjadi lahan tambak. Pengalihan ini bertujuan untuk memaksimalkan produktifitas dan meningkatkan pendapatan karena tambak dianggap lebih tahan terhadap cuaca dan bisa menghasilkan pendapatan yang lebih banyak daripada bertani di sawah. Dampak positif yang dirasakan dalam kehidupan masyarakat di desa tersebut seperti peningkatan penghasilan, pendidikan anak-anak petani yang mengalami peningkatan dari sebelumnya, kualitas tempat tinggal dan keadaan rumah yang sudah mengalami kemajuan serta kepemilikan barang-barang berharga yang turut mengalami peningkatan (Prasetya, 2015:67-68). Keadaan seperti ini juga terjadi di Desa Kembang Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati, dimana masyarakat yang semula banyak bekerja di sektor pertanian beralih ke sektor industri kecil kerajinan genteng.

Genteng merupakan bagian utama dari suatu bangunan yang digunakan sebagai penutup atau atap rumah, dimana fungsi utamanya adalah untuk melindungi rumah dari terik matahari, hujan dan perubahan-perubahan cuaca yang sulit diprediksi (Sari, 2018:30). Seiring dengan perubahan zaman, genteng mulai mengalami perkembangan ke arah yang lebih modern. Tidak hanya berfungsi sebagai atap rumah, genteng dapat digunakan sebagai ekspresi untuk memperindah sebuah bangunan. Jenis genteng juga bermacam-macam, ada genteng keramik, genteng beton, genteng asbes, genteng kaca dan berbagai jenis lainnya. Meskipun sudah banyak berkembang genteng-genteng modern dengan model dan bentuk yang beragam, minat masyarakat terhadap genteng tanah liat masih cukup tinggi. Hal ini karena genteng tanah liat mempunyai beberapa kelebihan, diantaranya:

- a) Tidak menimbulkan hawa panas dalam ruangan ketika diluar ruangan dalam keadaan panas dan terik.
- b) Ketika cuaca sedang dingin pada malam hari, genteng dari tanah liat dapat memberikan kehangatan.

- c) Memiliki beban yang ringan sehingga meminimalisir beban atap rumah serta kuat terhadap tekanan sehingga dapat dipijak.
- d) Harga relatif murah (Kurdi & Walid, 2015:22).

Hingga saat ini genteng dari tanah liat masih menjadi pilihan utama yang digunakan oleh masyarakat untuk dijadikan sebagai atap rumah, mulai dari pedesaan hingga perkotaan. Banyaknya masyarakat yang menyukai genteng inilah, yang kemudian menjadikan industri kerajinan genteng banyak didirikan, sehingga kondisi tersebut menimbulkan adanya persaingan dalam hal pemasaran dan penarikan minat konsumen. Dalam kegiatan usaha, persaingan usaha menjadi hal yang tidak dapat dihindarkan (Fitriani, 2018:46). Persaingan secara sehat memiliki aspek yang positif, meskipun bagi sebagian pelaku usaha yang lain sering dipandang sebagai sesuatu yang kurang menguntungkan. Karena usaha yang seharusnya mendapat keuntungan berlimpah melalui banyaknya pembelian dari konsumen terpaksa harus bersaing dengan pengusaha (baru) lain yang sejenis. Bahkan agar dapat menarik hati konsumen, tidak sedikit pemilik usaha yang harus memberikan harga lebih rendah dibandingkan pengusaha-pengusaha lainnya (Burhanuddin, 2011:115-116).

Persaingan dagang menjadi salah satu bagian yang harus dihadapi oleh setiap pemilik usaha apalagi dalam menghadapi tantangan global seperti sekarang ini, masalah yang seringkali muncul dan menjadi kelemahan adalah berkaitan dengan akses informasi pasar yang semakin sulit (Ishak, 2005:82). Keadaan ini sangat berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah usaha, sehingga para pemilik usaha diharuskan untuk mempunyai beberapa strategi yang dilakukan agar dapat mempertahankan usahanya di pasaran. Akan tetapi, sebagian masyarakat memilih untuk menggunakan cara-cara yang instan dalam menghadapi persaingan dagang tersebut, terlebih bagi masyarakat desa yang pola pemikirannya masih sederhana. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di Desa Kembang Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati menunjukkan bahwa banyaknya jumlah pemilik industri kecil kerajinan genteng yang ada di daerah ini membuat persaingan dagang didalamnya menjadi semakin ketat. Kondisi ini membuat para pemilik usaha melakukan berbagai cara, seperti meminta bantuan kepada orang pintar

(dukun) yang erat kaitannya dengan hal-hal diluar logika, tujuannya adalah agar usaha genteng milik orang tersebut dapat terjual dan laris manis di pasaran dibandingkan dengan yang lainnya. Biasanya orang pintar tersebut akan memberikan sesuatu semacam “jimat” atau juga arahan kepada pemilik industri genteng untuk membuat sesajen tertentu yang kemudian disimpan dekat tempat produksi genteng. Selain itu, ada juga hal lain yang menjadi pantangan (sesuatu yang harus dihindari) yaitu salah satunya pada hari Jum’at Wage. Setiap hari Jum’at Wage aktivitas di industri genteng harus dikurangi, bahkan ada beberapa kegiatan yang tidak boleh dilakukan di hari tersebut. Misalnya proses penggilingan tanah yang diliburkan, proses membakar genteng dan pendistribusian genteng ke beberapa daerah juga tidak boleh dilakukan di hari tersebut sehingga harus diganti di hari yang lain. Alasannya, karena menurut kepercayaan hari Jum’at Wage ini merupakan hari yang kurang baik untuk menjalankan aktivitas industri, bahkan pemilik usaha percaya jika nekat melakukan kegiatan pada hari tersebut maka akan ada sesuatu yang terjadi misal produk genteng yang dihasilkan akan buruk dan tidak layak buat dijual, artinya pemilik usaha akan merugi. Dalam menghadapi persaingan dagang ini tidak dapat dilakukan dengan cara-cara yang belum jelas kebenarannya seperti di atas, namun salah satu hal yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan dagang yang terjadi adalah dengan memperluas jaringan dalam pemasaran didalam industri genteng.

Dalam pemasaran hasil industri kecil kerajinan genteng tentunya tidak bisa terlepas dari peran perantara, dimana perantara disini berperan sebagai sarana jaringan sosial yang menjadi penghubung antara produsen (pengrajin) dengan konsumen. Tidak bisa dipungkiri bahwa setiap usaha pastilah tidak dapat berdiri sendiri, didalamnya terdapat pola komunikasi dan interaksi dengan pihak lain. Dengan menjalin interaksi, ditemukan sebuah relasi yang terjadi didalamnya sehingga akan membentuk suatu jaringan sosial (Hidayaturrehman, 2020:161). Untuk menjalankan roda industri, para pemilik usaha membutuhkan adanya jaringan sosial, terutama dalam hal pemasarannya. Jaringan sosial dalam pemasaran merupakan suatu proses dimana terdapat kerja sama yang terjadi antar

pelaku industri dalam upaya untuk memasarkan atau mempromosikan barang hasil produksi. Jaringan sosial pemasaran dalam industri kecil kerajinan genteng ini merupakan hal yang sangat penting, dimana dengan jaringan sosial pemasaran yang tepat maka dapat menentukan volume penjualan serta posisi industri (barang) di dalam pasar, dan keadaan tersebut secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap perkembangan sebuah industri ke depannya. Maka berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul **Jaringan Sosial Pemasaran Pada Industri Kecil Kerajinan Genteng di Desa Kembang Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana jaringan sosial pemasaran pada industri kecil kerajinan genteng di Desa Kembang Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui jaringan sosial pemasaran pada industri kecil kerajinan genteng di Desa Kembang Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan terutama untuk disiplin ilmu sosiologi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan wawasan baru dari kalangan pembaca khususnya bagi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
3. Mengetahui dan menerapkan teori yang berhubungan dengan kajian penelitian yang akan dilakukan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi pemilik industri kecil kerajinan Genteng
 - a. Agar pemilik usaha menyadari pentingnya jaringan sosial pemasaran dalam industri kecil kerajinan genteng.
 - b. Agar pemilik usaha industri kecil kerajinan genteng dapat memperluas jaringan sosial pemasarannya dengan masyarakat luas.
 - c. Agar pemilik usaha dapat mengembangkan industri kecil kerajinan genteng menjadi lebih baik.
 - d. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.