

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Gerabah diperkirakan telah ada sejak zaman pra-sejarah, yakni pada zaman Neolitikum sebelum masehi di daratan Eropa yang dimana manusia sudah hidup menetap dan sudah mulai bercocok tanam. Gerabah mulai muncul di akhir zaman Paleolitikum sebelum masehi. Gerabah sendiri merupakan kebudayaan yang universal atau menyeluruh, artinya gerabah dapat ditemukan di mana-mana dan di Sseluruh bagian dunia. Gerabah muncul pertama kali saat manusia berada pada masa pengumpulan makanan atau *food gathering*. Masyarakat yang cenderung berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain dan kemudian menggunakan gerabah sebagai wadah dengan alasan gerabah memiliki bahan yang ringan, mudah dibawa dan memiliki ketahanan cukup kuat, bahan-bahan lain gerabah selain tanah liat yakni bambu, kayu atau kulit binatang (Pratiwi, 2019).

Gerabah adalah perkakas dengan material dari tanah liat yang dibentuk dan dibakar untuk kemudian dijadikan alat-alat yang berguna membantu kehidupan manusia. Konteks dalam hal ini, tanah liat digunakan sebagai bahan utama yang digunakan untuk membuat wadah melalui teknik sederhana sebagai alat dan barang kebutuhan manusia yang dapat dipakai sehari-hari. Seiring dengan berkembangnya zaman, gerabah sebagai produk seni dan telah berkembang menjadi bentuk yang lebih indah, bentuk dan desain baru dihasilkan oleh perajin berdasarkan kreativitas oleh masing-masing perajin. (Fatma & Fauzi, 2022).

Ritual adat Jawa sendiri banyak melibatkan alat gerabah sebagai media ritual- ritual yang diwariskan oleh nenek moyang dan eksistensinya masih ada hingga saat ini. Adat Jawa yang harus melibatkan gerabah adalah ritual pernikahan, ritual kematian, ritual kelahiran, ritual mengalami gerhana matahari dan bulan, ritual sunatan, ritual 7 bulan, ritual membuat jamu dan lainnya (Dewi et al., 2015). Pedagang gerabah tidak memiliki penghasilan yang stabil sebab keramaian terjadi secara musiman atau berdasarkan waktu-waktu tertentu saja, seperti hari- hari besar atau bulan-bulan tertentu yang diyakini sebagai hari baik. Hal lain dapat mempengaruhi adalah kondisi pasar tradisional di berbagai daerah yang memiliki hari-hari pasaran khusus misalnya pasar Minggu kondisi ramai nya hanya saat

minggu saja dan pasar Rabu hanya ramai saat hari rabu saja. Terdapat bulan-bulan baik yang dimaksud diantaranya adalah waktu setelah hari raya islam dan dimana diyakini sebagai hari yang baik bagi masyarakat untuk mengadakan acara pernikahan, sehingga peralatan- peralatan ritual seperti bubakan, maron, tika pandan dan lainnya yang termasuk peralatan adat untuk melakukan ritual dan banyak dicari. Faktor pemasukan dari hasil penjualan gerabah sendiri yang tidak menentu, kemudian mempengaruhi cara bagaimana mereka melakukan pemasaran dan memilih untuk tetap berada pada strategi tradisional dan sangat bergantung pada calon pembeli yang datang ke lokasi produksi saja (Azizah et al., 2023).

Kabupaten Nganjuk sendiri merupakan wilayah yang masih memiliki sentra gerabah tradisional, masih banyak ditemui pedagang-pedagang di pasar tradisional yang fokus menjual peralatan tradisi, seperti bubakan, gerabah dari bambu maupun tanah liat, tembikar dan kendil. Terdapat sesuatu yang unik pada salah satu pasar tradisional di Kabupaten Nganjuk yakni pasar Wage dan di dalamnya hanya terdapat beberapa pedagang gerabah, serta gerabah yang terdapat di pasar Wage masih berada di pakem budaya yang artinya bentuk-bentuk atau model-model gerabah nya masih terpusat oleh pakem budaya pada dunia gerabah, hal ini dapat dikatakan bahwa pengrajin gerabah selalu mempertahankan budaya yang diwariskan. Pembuatan kerajinan gerabah tradisional ini telah lama dilakukan hingga kemudian menjadi kebiasaan secara turun-temurun yang perlu dilestarikan. Perbedaan pasar Wage dan pasar tradisional lainnya yang berada di Kabupaten Nganjuk yakni pada Jumlah banyaknya pedagang dan juga model gerabah yang sesuai pakemnya. Pasar tradisional yang berada di Kabupaten Nganjuk juga memiliki hari-hari pasaran khusus misalnya Pasar Wage ramai di pasaran Wage, Pasar Berbek ramai di pasaran Kliwon, Pasar Sukomoro pada pasaran Legi (Purwasih et al., 2019).

Era modern, eksistensi gerabah di Kabupaten Nganjuk yang lambat laun makin pudar, hal ini terjadi karena zaman semakin maju dan kebutuhan manusia yang terus berubah sehingga tidak dominan masyarakat masih memiliki kepercayaan kuat atas kebudayaan yang diwariskan, hanya masyarakat tertentu yang masih terus menggunakan gerabah sebagai alat untuk melakukan ritual-ritual adat. Hal ini dapat menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang untuk menjaga

eksistensi gerabah pada era modern.

Eksistensi gerabah di Kota Nganjuk masih tetap bertahan meskipun tidak banyak dan mereka tetap memproduksi tetapi dengan skala kecil, hal ini terjadi karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dan upah dengan jumlah besar yang harus diberikan. Faktor penghasilan dari hasil penjualan gerabah sendiri yang tidak menentu, kemudian mempengaruhi cara bagaimana mereka melakukan pemasaran dan memilih untuk tetap dengan strategi tradisional dan sangat bergantung pada calon pembeli yang datang ke lokasi produksi (Azizah et al., 2023).

Manusia sendiri merupakan makhluk sosial, selama manusia hidup manusia tidak akan terlepas dari proses komunikasi dan interaksi. Lingkungan berpengaruh pada tingkah laku, sikap dan berbagai bentuk pola perilaku yang secara langsung atau tidak mereka sadari ketika melakukan proses sebuah komunikasi. Dengan adanya aktivitas komunikasi dan interaksi, manusia pada akhirnya menemukan relasi dan kemudian manusia tersebut hidup dalam sebuah jaringan sosial, hubungan jaringan sosial yang secara individu maupun kelompok dan terbentuk bisa berupa hubungan interpersonal kemudian bisa terbangun dalam aspek ekonomi, politik atau hubungan sosial yang lainnya.

Jaringan sosial merupakan hubungan yang tercipta antara banyak dalam suatu kelompok ataupun kelompok dengan kelompok lainnya. Jaringan sosial memiliki ciri khas antara struktur mikro dan makro, yang dapat diartikan bahwa jaringan sosial dapat tercipta tidak hanya karena kelompok saja, melainkan individu-individu yang saling terhubung. Jaringan sosial mampu berjalan pada struktur sosial yang luas dan sempit (Ritzer, 2004).

Jaringan sosial sendiri merupakan jaringan tipe khusus yang di dalamnya terdapat sebuah ikatan dan memiliki jalur untuk sebuah hubungan yang dapat menghubungkan satu titik dengan titik lainnya. Hal ini secara langsung atau tidak yang dimana pelaku aktivitas tersebut merupakan anggota pada suatu jaringan sosial. Bisa dikatakan sebagai jaringan sosial apabila terdapat beberapa individu yang mengisi pada titik-titik tersebut. Tidak harus individu saja, melainkan organisasi, pemerintah dan negara.

Hubungan sosial atau saling keterhubungan yang merupakan interaksi sosial secara berkelanjutan dalam kurun waktu cukup lama atau permanen, diantara satu titik dengan titik yang lain dengan seperangkat harapan relatif stabil. Hubungan antar individu atau kelompok yang menjadi pelaku, mencerminkan pengharapan dari masing-masing yang memiliki peran dan dapat menguntungkan satu sama lain (Agusyanto, 2007).

Mendeskripsikan jaringan sosial sebagai sistem sosial dengan ikatan dalam hubungan yang abstrak. Artinya, jaringan sosial terdiri dari pelaku-pelaku sosial-sebagai nodes (titik sambungan), yang saling berinteraksi dan menjalin hubungan (link). Perspektif para ahli dapat disimpulkan bahwa jaringan sosial yang dimaksud ialah hubungan antar individu maupun kelompok sosial, dimana para pelaku menjalin sebuah hubungan yang menjadikan jembatan untuk saling berinteraksi dan melakukan sebuah perilaku yang menguntungkan kondisi mereka satu sama lainnya. Relasi yang dibangun menentukan berjalan atau tidaknya sebuah tindakan yang disepakati bersama (Dijk, 2006).

Jaringan sosial yang telah terbentuk, kemudian akan menciptakan sebuah privilege atau biasa disebut sebagai modal sosial. Modal sosial terbentuk karena beberapa individu atau kelompok yang memiliki peran dan manfaat bagi masing-masing individu atau kelompok pada satu sistem jaringan tersebut. Modal sosial sendiri merupakan sebuah konsep yang merujuk pada jaringan, hubungan, kepercayaan dan norma sosial yang memungkinkan individu atau kelompok untuk bekerja sama dan memiliki tujuan yang sama.

Modal sosial menurut Putnam merupakan keterlibatan yang dilakukan oleh beberapa individu maupun kelompok, yang menyatakan bahwa modal sosial merujuk pada komponen dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, nilai norma dan jaringan yang mampu berkembang dengan tindakan-tindakan yang terkoordinasi menjadi lebih efisien dan juga efektif. Pada halnya terhadap kerja sama antara pedagang gerabah dan tengkulak dalam mengatur produksi dan distribusi agar memiliki gerabah dengan kualitas tinggi serta harga yang terjangkau, dan pasokan barang yang sudah diatur untuk bulan-bulan tertentu sehingga pedagang mampu memiliki strategi untuk menyesuaikan pemasaran secara efektif dengan kondisi pasar yang sedang terjadi (Jhon, 2011).

Definisi strategi pemasaran menurut Kotler adalah cara di mana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat gabungan pemasaran. Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai komponen penting dalam proses produksi, distribusi dan penjualan, hal ini mengharuskan Pedagang mempunyai strategi dalam melakukan pemasaran, karena hal ini sangat membantu untuk melancarkan proses penjualan secara cepat dan mampu menjaga eksistensi pada gerabah. Strategi pemasaran dapat dilakukan secara offline dan online dengan seiring perkembangan zaman, agar pedagang mengetahui apa yang diminati oleh konsumen. Pedagang harus bisa melihat situasi dan kondisi pasar, sehingga mampu mengetahui sebuah peluang dan ancaman untuk melangsungkan pemasaran produk gerabah, sehingga pedagang mampu bersaing di pasaran. Dunia usaha memiliki sifat dinamis yang dimana sangat berpotensi untuk mengalami perubahan setiap waktunya, karena manusia yang terus berkembang dan secara tidak langsung kebutuhannya juga turut berubah tergantung bagaimana manusia itu hidup (Kotler & Armstrong, 2010).

Pedagang di pasar Wage sangat mengandalkan strategi jaringan sosial untuk melakukan pemasaran produk gerabah yang dijualnya, strategi pemanfaatan jaringan sosial begitu membantu pedagang karena didalamnya terdapat keterikatan atau bisa dikatakan sebagai mitra, sehingga dapat dijadikan sebagai tujuan untuk melangsungkan perputaran perekonomian, dengan menerapkan strategi pemasaran melibatkan jaringan sosial, kini dapat membantu mempertahankan eksistensi gerabah di pasar Wage Nganjuk secara berkala. Terwujudnya hubungan yang baik sangat penting dalam perkembangan modal jaringan sosial dan mampu memudahkan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan modal jaringan sosial.

Penjelasan di latar belakang tersebut, penelitian memiliki fokus tentang modal jaringan sosial sebagai strategi pemasaran guna mempertahankan eksistensi Gerabah di Pasar Wage Nganjuk. Penelitian ini mengkaji modal jaringan sosial yang terbentuk antara pedagang, konsumen dan tengkulak sebagai pelaku dalam mempertahankan eksistensi gerabah di pasar Wage Nganjuk.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi Pedagang Gerabah dengan menggunakan jaringan sosial guna mempertahankan eksistensinya di Pasar Wage Nganjuk?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui eksistensi gerabah di Pasar Wage Nganjuk.
2. Untuk mengetahui terbentuknya Jaringan sosial Pedagang gerabah.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis. Manfaat penelitian ini diharapkan konsisten dengan masalah yang diangkat, maka penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- A. Penelitian ini mampu memberikan tambahan wawasan terkait strategi pemasaran menggunakan modal jaringan sosial.
- B. Dapat menjadi sebuah referensi dan tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya tentang strategi pemasaran gerabah menggunakan modal jaringan sosial dalam mempertahankan eksistensi.
- C. Menjadi karya yang dapat menambah, memperluas, memperbaiki dan maupun untuk perkembangan penelitian terdahulu.
- D. Mengetahui dan memahami pemikiran Robert D. Putnam tentang modal jaringan sosial yang kemudian diaplikasikan pada pemasaran gerabah.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pemasaran gerabah menggunakan strategi modal jaringan sosial yang terjalin antara pedagang, tengkulak dan konsumen untuk mempertahankan eksistensi, sehingga masyarakat mengetahui bagaimana eksistensi gerabah dan bisa memunculkan minat untuk ikut andil dalam melestarikan

warisan budaya.

B. Bagi Pembaca

Penelitian ini mengharapkan bagi pembaca agar mampu untuk melihat bagaimana eksistensi gerabah pada masa sekarang dan mengetahui bagaimana eksistensi gerabah dapat bertahan hingga saat ini.

C. Bagi Peneliti

Berguna untuk menambah wawasan terkait strategi jaringan sosial terhadap pemasaran gerabah guna mempertahankan eksistensinya menggunakan teori modal sosial jaringan oleh Putnam.