

## JARINGAN SOSIAL PERAJIN GERABAH DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA di GAMPONG ME MATANG PANYANG ACEH UTARA

<sup>1</sup>Dewi Fatma <sup>2</sup>Fauzi

<sup>1,2</sup>Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh  
Corresponding Author: [fauzi@unimal.ac.id](mailto:fauzi@unimal.ac.id)

### *Abstract*

*This study examines the Social Network of Pottery Craftsmen in Maintaining Their Business (Study in Gampong Me Matang Panyang, Tanah Pasir District, North Aceh Regency). This study focuses on the causes of pottery craftsmen to remain as pottery craftsmen, the pottery craftsman business network to distribute pottery production, and the marketing strategies carried out by pottery craftsmen to encourage people's interest in buying pottery. This study uses Putnam's theory of social capital which discusses three things, namely social/business networks, norms, and trust. The research method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques used in this study are observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the causes of pottery craftsmen persist in Gampong Me Matang Panyang are (a) pottery as a livelihood for the community and permanent work for pottery craftsmen to earn income, (b) pottery is still in demand by buyers, especially toke which accommodates pottery, pottery traders and buyers in the surrounding villages. The business network of pottery craftsmen in distributing pottery production in Gampong Me Matang Panyang is (a) building a business network with pottery traders and traveling traders, and (b) cooperating with toke which accommodates pottery production in marketing pottery to other areas. The marketing strategies of pottery craftsmen in Gampong Me Matang Panyang to encourage buyers' interest are (a) building pottery businesses in other areas that are permanent and located by renting shop houses in urban market areas, and (b) trading pottery around by selling directly to buyers.*

**Keywords:** *Pottery, Business, Network and Marketing Strategy*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji Jaringan Sosial Perajin Gerabah Dalam Mempertahankan Usahanya (Studi di Gampong Me Matang Panyang Kecamatan Tanah Pasir Kabupaten Aceh Utara). Penelitian ini fokus pada penyebab perajin gerabah tetap bertahan menjadi perajin gerabah, jaringan bisnis dalam mendistribusikan produksi gerabah, dan strategi pemasaran yang dilakukan untuk mendorong minat masyarakat membeli gerabah. Riset ini menggunakan teori modal sosial Putnam yang membahas tiga hal yaitu jaringan sosial/bisnis, norma, dan kepercayaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyebab perajin gerabah tetap bertahan di Gampong Me Matang Panyang adalah (a) gerabah sebagai mata pencaharian masyarakat dan pekerjaan tetap perajin gerabah untuk memperoleh pendapatan, (b) gerabah masih diminati pembeli terutama toke yang menampung gerabah, pedagang gerabah keliling maupun pembeli di gampong sekitarnya. Jaringan bisnis perajin gerabah dalam mendistribusikan produksi gerabah di Gampong Me Matang Panyang adalah (a) membangun jaringan bisnis dengan pedagang gerabah maupun pedagang keliling, dan (b) bekerjasama dengan toke penampung. Strategi pemasaran gerabah (a) membangun usaha gerabah didaerah lain bersifat menetap dengan menyewa ruko di daerah pasar perkotaan, dan (b) berdagang gerabah keliling dengan menjual langsung kepada pembeli

**Kata Kunci:** *Perajin Gerabah, Jaringan Bisnis dan Strategi Pemasaran*

## PENDAHULUAN

Perajin gerabah dapat ditemukan di Aceh seperti di Gampong Me Matang Panyang Kecamatan Tanah Pasir Kabupaten Aceh Utara. Berdasarkan hasil observasi penulis melihat di Gampong Me Matang Panyang terdapat anggota masyarakat yang memproduksi gerabah. Gerabah umumnya terbuat dari tanah liat. Masyarakat yang bekerja produksi gerabah semuanya kaum perempuan. Mereka memanfaatkan tanah liat persawahan untuk membuat gerabah. Ada beragam jenis gerabah yang dibuat masyarakat mulai pot bunga, celengan, *beulangong*, *kanot*, *ceuprek* (Observasi, 2 Januari 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan geuchik Gampong Me Matang Panyang yaitu Bapak Edi mengungkapkan gerabah sudah menjadi produksi masyarakat secara turun temurun, dan sudah ada sejak tahun 1960an dan masih ada hingga sekarang. Pada awalnya masyarakat produksi gerabah sampai tahun 2005 mencapai 90 kepala keluarga. Namun tahun 2016 semakin menurun masyarakat produksi gerabah, dan sekarang hanya bertahan 15 kepala keluarga yang masih produksi gerabah (Wawancara, 2 Februari 2021).

Gerabah merupakan industri rumahan masyarakat Gampong Me Matang Panyang dengan memanfaatkan tanah liat untuk membuat berbagai bahan dapur seperti *ceuprek*, *kanot*, *beulangong*, hingga pot bunga. Masyarakat bergantung hidupnya dari penjualan gerabah tersebut. Tetapi perkembangan zaman dengan terbuat bahan dapur dari plastik, almanium, besi, logam membuat permintaan gerabah menurun sehingga banyak masyarakat harus berhenti produksi gerabah, dan mencari pekerjaan lain sebagai petani dan buruh tani (Wawancara, 2 Februari 2021).

Namun sebagian masyarakat yang produksi gerabah di gampong tersebut masih bertahan dan masih memproduksi gerabah hingga sekarang. Salah satu penyebab bertahannya perajin gerabah yaitu adanya jaringan sosial yang dibangun petani gerabah dengan pedagang di sekitar Kota Lhokseumawe, dan toko jual barang kerajinan di berbagai pasar di Aceh Utara, seperti Lhoksukon, Pantan Labu, Krueng Geukuh dan lainnya (Wawancara, 2 Februari 2021).

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini, maka tujuan penelitian ini yaitu memahami penyebab perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang tetap bertahan menjadi perajin gerabah padahal tantangan pemasarannya semakin berat, perajin gerabah membangun jaringan bisnis untuk mendistribusikan produksi gerabah mereka, dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perajin gerabah untuk mendorong minat masyarakat membeli gerabah yang mereka produksi di Gampong Me Matang Panyang Kecamatan Tanah Pasir Kabupaten Aceh Utara.

## Perspektif Teori Modal Sosial

Menurut Putnam dalam Hamsah (2017) bahwa modal sosial merujuk pada bagian dari organisasi sosial seperti kepercayaan, norma dan jaringan, yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan terkoordinasi. Putnam mengartikan modal sosial sebagai perekat bagi setiap individu, dalam bentuk norma, kepercayaan dan jaringan kerja, sehingga terjadi kerjasama yang saling menguntungkan, untuk mencapai tujuan bersama. Putnam dalam Santoso(2020) membedakan modal sosial ke dalam modal sosial pengikatan (*bonding social capital*) dan modal sosial penjemputan (*bridging social capital*). Modal sosial yang dimiliki dan ditemukan dalam satu kelompok atau komunitas disebut *bonding social capital*. Sedangkan modal sosial antar kelompok disebut *bridging social capital*.

Putnam dalam Syahra (2003) menyimpulkan modal sosial yang berwujud norma-norma dan jaringan keterkaitan merupakan prakondisi bagi perkembangan ekonomi. Ada tiga hal penting dalam modal sosial menurut Putnam yaitu:

1. Adanya jaringan sosial memungkinkan adanya koordinasi dan komunikasi yang dapat menumbuhkan rasa saling percaya di antara sesama anggota masyarakat. Jaringan-jaringan kerjasama antar manusia terwujud dari infrastruktur dinamis dari modal sosial yang memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi yang memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Menurut Putnam dalam Hamsah (2017) bahwa adanya jaringan-jaringan hubungan sosial antar individu dalam modal sosial memberikan manfaat dalam konteks pengelolaan sumber daya milik bersama, karena ia mempermudah koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan yang bersifat timbal balik. Keterlibatan warga dalam jaringan sosial yang akan menjadi satuan sosial/organisasi lokal, maka terciptalah apa yang disebut Putnam dengan kemampuan warga kolektif mengalihkan kepentingan 'saya' menjadi 'kita' terbangunlah kekompatan dan solidaritas antar warga.
2. Kepercayaan (*trust*) memiliki implikasi positif dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini dibuktikan dengan suatu kenyataan bagaimana keterkaitan orang-orang yang memiliki rasa saling percaya (*mutual trust*) dalam suatu jaringan sosial memperkuat norma-norma mengenai keharusan untuk saling membantu. Kepercayaan sosial pada dasarnya merupakan produk dari modal sosial yang baik. Adanya modal sosial yang baik ditandai oleh adanya lembaga-lembaga sosial yang kokoh. Modal sosial melahirkan kehidupan sosial yang harmonis.

Menurut Putnam dalam Santoso (2020) kepercayaan sosial muncul dari dua sumber: norma resiprositas dan jaringan partisipasi warga. Kepercayaan merupakan unsur pokok dalam transaksi ekonomi kendati para ekonom jarang membahas gagasan ini. Kepercayaan adalah sejenis pelumas yang memungkinkan partisipasi volunter dalam produksi dan perdagangan. Kepercayaan adalah penting karena keberadaan atau ketiadaannya berpengaruh pada apa yang akan kita lakukan. Selain itu, dengan adanya rasa saling percaya, suatu transaksi yang menguntungkan dapat berjalan dengan lancar. Kepercayaan didasarkan pada reputasi, dan reputasi diperoleh berdasarkan perilaku yang teramati. Reputasi adalah suatu aset, kalau seseorang melakukan investasi dalam bentuk reputasi, dia akan menikmati manfaatnya. Berbagai keberhasilan yang dicapai melalui kerjasama pada waktu sebelumnya dalam jaringan ini akan mendorong bagi keberlangsungan kerjasama pada waktu selanjutnya. Lebih jauh Putnam mengatakan bahwa modal sosial bahkan dapat menjembatani jurang pemisah antara kelompok-kelompok yang berbeda ideologi dan memperkuat kesepakatan tentang pentingnya pemberdayaan masyarakat.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Gampong Me Matang Panyang Kecamatan Tanah Pasir Kabupaten Aceh Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan maksud mendeskripsikan tentang perajin gerabah membangun jaringan sosial dalam mendistribusikan gerabah dan strategi perajin gerabah supaya hasil produksi gerabahnya dapat diminati pembeli di Gampong Me Matang Panyang Kecamatan Tanah Pasir Kabupaten Aceh Utara. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil observasi dan data hasil wawancara dengan informan. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu bahan yang berhubungan dengan penelitian penulis yang diperoleh dari buku bacaan, artikel, jurnal, dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Penelitian ini penulis menggunakan teknik mengumpulkan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hal yang diobservasi yaitu masyarakat yang memproduksi gerabah, jenis gerabah, tata cara produksi, dan cara distribusinya, dan strategi yang dilakukan masyarakat dalam meningkatkan kualitas gerabah agar diminati pembeli, dan jaringan bisnis yang dibangun masyarakat dalam memasarkan produksi gerabah. Informan yang diwawancarai yaitu aparaturnya gampong terutama geuchik yang mengetahui jumlah masyarakat yang memproduksi gerabah. Kemudian informan lainnya yaitu masyarakat yang memproduksi gerabah, dan distributor gerabah yang menampung hasil produksi gerabah masyarakat. Sedangkan Data dokumen disini seperti profil gampong, foto dokumentasi, buku, jurnal, artikel,

dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumentasi lainnya yaitu catatan wawancara penulis dengan informan, identitas informan, dan surat izin telah melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu model analisis interaktif terdiri dari tiga hal utama yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan/verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penyebab Perajin Gerabah Tetap Bertahan di Gampong Me Matang Panyang**

Masyarakat yang memproduksi gerabah di Gampong Me Matang Panyang termasuk perajin gerabah, sebab mereka sebagai pelaku yang membuat barang-barang kerajinan atau orang yang mempunyai ide-ide kreatif untuk membuat sebuah kerajinan tertentu (Fadli, 2019). Menurut Addien (2010: 17) gerabah merupakan perkakas yang terbuat dari tanah liat atau lempung yang dibentuk kemudian dibakar untuk dijadikan alat-alat yang berguna membantu kehidupan.

Perajin diartikan orang-orang yang pekerjaan atau profesinya membuat barang-barang kerajinan. Kerajinan dalam perspektif industri mengacu kepada suatu usaha untuk mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yang dalam proses pengolahannya lebih menekankan penggunaan keterampilan tangan dibandingkan mesin. Jenis-jenis bahan kerajinan antara lain: kayu, bambu, kulit, logam, bebatuan, tekstil, keramik, daun-daunan, tanah liat, kertas, tulang, tanduk, dan kulit binatang. Ditinjau dari proses pembentukannya terdapat jenis kerajinan yang dipahat, diukir, diwarnai, dianyam, diikat, dijahit, ditempel, atau campuran dari unsur-unsur tersebut (Andriani, 2019). Perajin gerabah termasuk perajin yang memiliki keterampilan dalam membuat kerajinan dengan mengolah tanah liat menjadi bahan jadi yang bisa dimanfaatkan oleh pembeli, seperti membuat *kanot*, *belangong*, *ceuprek*, pot bunga hingga celengan.

Gerabah merupakan salah satu kerajinan yang sudah lama ada di Gampong Me Matang Panyang dan masih bertahan hingga sekarang. Walaupun sekarang perajin gerabah sudah berkurang karena regenerasi dimana tidak ada generasi selanjutnya yang menyukai pekerjaan membuat gerabah sebab pekerjaan kotor dan melelahkan membuat gerabah ditinggalkan. Sebagian perajin gerabah ada yang sudah sakit dan meninggal. Inilah yang menyebabkan perajin gerabah makin lama makin berkurang. Saat ini hanya beberapa perajin gerabah yang masih bertahan dan memilih memproduksi gerabah. Padahal mereka sebagian memiliki pekerjaan lain seperti padi, tetapi mereka tetap membuat gerabah seperti biasanya.

Penyebab perajin gerabah tetap bertahan di Gampong Me Matang Panyang adalah sebagai berikut:

1. Gerabah sebagai mata pencaharian masyarakat dan sebagian masyarakat menjadikannya pekerjaan tetap untuk memperoleh pendapatan, terutama bagi masyarakat yang tidak bertani padi, maka memilih membuat gerabah untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarganya. Sebagian masyarakat ada yang bekerja sebagai petani, namun tetap memproduksi gerabah. Masyarakat memandang memproduksi gerabah bisa memberikan pemasukan bagi mereka. Setiap seminggu sekali memproduksi gerabah dan menjual pada toke yang menampung gerabah masyarakat. Sekali pemasaran gerabah dapat menghasilkan uang mulai Rp 400.000 sampai Rp 750.000 perminggunya. Pendapatan tersebut mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Walaupun gerabah sudah menjadi mata pencaharian, namun pekerjaan ini masih dipertahankan masyarakat dikarenakan pembuatan gerabah tidak perlu modal, dan hanya memanfaatkan tanah liat sebagai bahan dasar pembuatan gerabah. Tanah liat juga mudah ditemukan dikarenakan letak Gampong tersebut dikelilingi persawahan. Selain itu pembuatan gerabah bisa dikerjakan dirumah dan tergolong mudah, bahkan saat ini sudah ada toke yang menampung gerabah masyarakat. Hal ini membuat perajin gerabah tidak khawatir lagi dalam memasarkan gerabahnya.
2. Perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang masih memilih bertahan membuat gerabah dikarenakan gerabah masih diminati pembeli terutama toke yang menampung dan membeli gerabah masyarakat sehingga gerabah mereka dapat terjual di daerah lain. Selain itu gerabah mereka juga diminati pembeli yang berasal dari gampong sendiri dan sekitaran pembelinya langsung mendatangi ke rumah mereka membeli gerabah. Bahkan ada sebagian perajin gerabah juga melibatkan anaknya untuk memasarkan gerabah hingga ke Banda Aceh, sebab gerabah masih diminati oleh pembeli terutama di perkotaan. Hal ini menjadi alasan perajin gerabah memilih bertahan membuat gerabah karena dapat memberikan mereka sumber pendapatan. Bagi toke yang menampung gerabah masyarakat memandang gerabah tersebut masih diminati pembeli dan laku dijual di pasar karena memiliki manfaat misalnya pot bunga bisa ditanami bunga, *ceuprek* bisa digunakan sebagai hadiah pada acara tertentu, juga dapat meletakkan menu makanan, dan *belangong* dan *kanot* juga bisa digunakan untuk memasak air, nasi hingga kuah. Bahkan ada kelebihan dari gerabah ini yang menjadi daya tarik pembeli diantaranya bahwa tanaman lebih tumbuh subur jika ditanami digerabah pot bunga, dan makanan yang dimasak dengan gerabah tersebut memiliki aroma dan rasa yang nikmat, dan lebih aman karena dapat mencegah zat-zat yang tidak baik dalam makanan.

## **Jaringan Bisnis Perajin Gerabah Mendistribusikan Produksi Gerabah**

Perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang dalam mengembangkan usaha gerabahnya dimana mereka membangun jaringan bisnis. Menurut Wellman (dalam Ritzer dan Goodman, 2004) bahwa jaringan sosial/bisnis dianalogikan sebagai hubungan-hubungan yang tercipta antara banyak individu dalam suatu kelompok atau kelompok ataupun suatu kelompok dan kelompok lainnya.

Jaringan bisnis perajin gerabah mendistribusikan produksi gerabah di Gampong Me Matang Panyang adalah sebagai berikut:

1. Membangun jaringan bisnis dengan pedagang gerabah baik pedagang gerabah keliling maupun pedagang gerabah menetap di ruko. Para pedagang gerabah tersebut umumnya masyarakat di Gampong Me Matang Panyang yang sudah memiliki usaha gerabah dan sering memesan gerabah pada masyarakat digampongnya untuk dijual ke daerah lain seperti Keude Lhoksukon, Pantan Labu, Kota Langsa hingga Banda Aceh. Mereka dapat memperoleh jaringan pemasaran karena dibantu oleh temannya yang berprofesi sebagai perajin dan saling bekerjasama dalam memasarkan produk gerabah. Sebagian perajin memiliki anak yang menggeluti usaha gerabah dan memerlukan gerabah. Hal ini membuat perajin mengajak temannya yang lain membuat gerabah seperti pesanan pedagang dan memenuhi permintaannya. Dengan bekerjasama seperti ini membuat perajin sudah berlangganan tetap dengan pedagang, bahkan membentuk kelompok sendiri dalam bekerjasama. Pada kelompok tersebut memiliki pedagangnya sendiri dan harus membuat gerabah sesuai permintaan pedagang sehingga perajin mampu mendistribusi gerabahnya saat ini. Tidak hanya pada pedagang ruko saja di distribusikan gerabah, juga pada pedagang keliling yang sudah menjadi langganan tetap karena sering memesan gerabah padanya.
2. Sebagian perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang membangun jaringan bisnis dengan bekerjasama dengan toke yang menampung produksi gerabah. Perajin memilih bekerjasama dengan toke dikarenakan toke selalu menampung produksi gerabah sehingga dapat memberikan rasa aman bagi perajin dalam memproduksi gerabah tanpa khawatir jika gerabahnya tidak laku dijual. Umumnya perajin gerabah yang memilih bekerjasama dengan toke adalah perajin gerabah yang tidak ada anggota keluarga yang mau memasarkan produksi gerabahnya. Sedangkan perajin gerabah yang memiliki suami maupun anak dan mau memasarkan gerabah sendiri maka lebih memilih dipasarkan sendiri karena lebih menguntungkan. Bekerjasama dengan toke tentunya ada norma (aturan) yang mengikat dimana toke hanya datang dalam sem-

inggu sekali ke gampong tersebut sehingga perajin yang ingin menjual gerabah pada toke harus menunggu kedatangannya dan telah menyiapkan gerabah yang hendak dijual. Toke membeli gerabah masyarakat sedikit lebih murah dan membayarnya secara bertahap. Toke juga memeriksa semua gerabah untuk menghindari gerabah yang retak maupun pecah. Perajin bersedia mematuhi aturan tersebut sebab mereka sudah mempercayai toke karena toke selalu menepati janjinya seperti datang tepat waktu membeli gerabah, sering melunasi biaya gerabah, bahkan toke juga sering membantu perajin dengan memberikan pinjaman uang untuk membantu mereka dan dibayar dari potongan penjualan gerabah.

Jaringan bisnis perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang menurut Damsar dan Indrayani (2009: 160) termasuk jaringan pada tingkatan mikro. Jaringan sosial mikro yaitu jaringan sosial antar individu atau antar pribadi. Oleh karena itu, jaringan sosial mikro merupakan bentuk jaringan yang selalu ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Jaringan bisnis perajin gerabah dikatakan pada tingkatan mikro karena hubungan kerjasama mereka masih pada tahap antar pribadi seperti perajin dengan toke dan perajin dengan pedagang yang merupakan anggota masyarakat yang sudah dikenal dengan baik. Bahkan perajin sudah mengenal pedagang yang merupakan anggota keluarga dari temannya yang berprofesi sebagai perajin. Hal ini membuat hubungan mereka lebih akrab dan bisa dipercayai untuk diajak bekerjasama.

Usaha produksi gerabah di Gampong Me Matang Panyang masih bertahan saat ini tidak lepas dari adanya modal sosial, salah satunya jaringan distribusi. Menurut Putnam dalam Hamsah (2017) bahwa modal sosial merujuk pada bagian dari organisasi sosial seperti kepercayaan, norma dan jaringan, yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan terkoordinasi. Putnam mengartikan modal sosial sebagai perekat bagi setiap individu, dalam bentuk norma, kepercayaan dan jaringan kerja, sehingga terjadi kerjasama yang saling menguntungkan, untuk mencapai tujuan bersama. Jaringan bisnis menjadi dasar utama gerabah tersebut dapat terjual dipasaran. Jaringan yang dibangun perajin gerabah adalah bekerjasama dengan toke. Toke membeli gerabah dari masyarakat dan mendistribusikan ke pedagang daerah lainnya. Hal ini membuat gerabah tersebut selalu ada permintaan dipasar karena masih diminati pembeli.

Sebagian perajin gerabah membangun jaringan dengan bekerjasama dengan pedagang dalam mendistribusi gerabah. Jaringan bisnis ini lebih kuat dan sebagian diutamakan oleh perajin ketimbang menjual kepada toke. Sebab perajin dan pedagang sudah saling kenal akrab sehingga bisa bekerjasama dengan baik dan bisa percayai. Perajin lebih menguntungkan



menjual gerabah ke pedagang karena harga jual lebih mahal ketimbang toke sedikit lebih murah.

Selanjutnya perajin gerabah dalam membangun kerjasama dengan toke maupun pedagang sebagai distributor tidak lepas dari kepercayaan. Menurut Putnam bahwa kepercayaan termasuk bagian dari modal sosial. Terutama perajin gerabah lebih mempercayai pedagang karena sudah dikenal dengan baik dan merupakan anggota masyarakat segampongnya. Perajin juga bekerjasama dengan toke karena ada ikatan kepercayaan. Sebab mereka sudah terlebih dahulu mengenal toke sebelum menjual gerabah padanya. Sebab toke merupakan masyarakat Gampong Me Matang Panyang dan satu gampong dengan perajin gerabah, sehingga sudah terbangun pola interaksi sebelumnya. Selanjutnya, toke juga pernah membeli gerabah pada perajin, bahkan sebagian perajin termasuk kerabatnya saat berjualan gerabah keliling. Hal ini membuat perajin bersedia bekerjasama dengannya dalam menjual gerabah.

Perajin menjual gerabah pada toke memiliki beberapa kekurangan, seperti membeli gerabah sedikit lebih murah, sebab toke juga harus menjual pada pedagang lagi. Kemudian toke hanya masuk ke gampong seminggu sekali, sehingga perajin harus menunggu kedatangannya sesuai jadwal, dan toke juga membayar uang gerabah secara bertahap sampai lunas. Walaupun demikian ada beberapa kelebihan menjual gerabah pada toke yaitu memberikan rasa aman bagi perajin, sebab seberapa pun jumlah gerabah yang dibuat tetap ditampung oleh toke. Hal ini tidak membuat perajin khawatir setelah membuat gerabah sebab mereka sudah tahu harus menjual kepada toke. Selanjutnya, toke juga mau membantu perajin dengan memberikan pinjaman uang disaat perajin membutuhkan. Hal inilah membuat hubungan antara mereka terbangun dengan baik.

Menurut Putnam dalam Syahra (2003) bahwa modal sosial yang berwujud norma-norma dan jaringan keterkaitan merupakan prakondisi bagi perkembangan ekonomi. Norma adalah salah satu hal penting pada modal sosial, tetapi modal sosial pada perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang dengan toke maupun pedagang tidak ada ikatan norma. Mereka membangun kerjasama atas kepercayaan dan saling menguntungkan, sehingga tidak perlu norma yang harus disepakati bersama. Sebab mereka percaya bahwa toke tidak membohongi maupun melakukan tindakan yang merugikan perajin gerabah.

### **Strategi Pemasaran Perajin Gerabah Untuk Mendorong Minat Pembeli**

Strategi yang diterapkan perajin gerabah berupa cara untuk mencapai tujuan. Cara tersebut berupa beberapa tindakan yang mendukung gerabah mereka bisa diminati pembeli, sehingga mereka mengambil keputusan yang terbaik dalam memajukan usaha gerabahnya, terutama

pada strategi pemasaran. Strategi pemasaran perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang untuk mendorong minat pembeli adalah sebagai berikut:

1. Membangun usaha gerabah di daerah pasar kota seperti Banda Aceh, Kota Langsa dan daerah lainnya. Perajin gerabah menyewa ruko/toko dan memilih memasarkan gerabah sendiri dengan membuka usaha di daerah tersebut. Hal ini dikarenakan memasarkan gerabah sendiri lebih menguntungkan karena harga jual bisa ditetapkan sendiri oleh perajin dan lebih mahal dari harga jual pada toke digampong, sehingga menguntungkan mereka. Selain itu, gerabah masih diminati pembeli didaerah perkotaan sehingga usaha gerabah sangat mendukung. Gerabah juga tersedia beragam jenis di gampong mulai pot bunga, ceuprek, beulangong, dan kanot yang bisa diperdagangkan. Dengan membuka usaha gerabah sendiri tidak hanya menguntungkan, juga bisa menampung usaha gerabah orang lain, dan memberikan pekerjaan untuk anggota keluarga mereka, terutama anak-anaknya yang dilibatkan dalam berdagang. Setiap dua minggu sekali mengirimkan gerabah ke tempat anaknya yang berdagang.
2. Berdagang gerabah keliling yang biasanya dilakukan oleh anggota keluarga terutama suami. Sebab gerabah dibuat oleh kaum perempuan dan suami sering memasarkan gerabah keliling dengan menawarkan langsung produk gerabah pada pembeli didaerah sekitar seperti Syamtalira Aron, Tanah Luas, Nibong, Paya Bakong, Cot Girek dan Langkahan. Perajin memilih menjual gerabah sendiri karena langsung memperoleh uang dan lebih menguntungkan karena bisa menjual dengan harga lebih tinggi. Sebagian perajin setiap tiga hari sekali memasarkan produk gerabah setelah siap diproduksi dan membawa 30 gerabah dengan berbagai jenis seperti kanot, beulangong dan lainnya. Hal ini dikarenakan suami mereka tidak hanya memasarkan gerabah saja, juga menjual peralatan pandai besi seperti parang dan sering dipasarkan secara bersamaan.

Strategi pemasaran menurut Chandra dalam Sunarsasi dan Hartono (2020) yaitu suatu rencana yang menjabarkan suatu ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.

Strategi pemasaran yang diterapkan perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang menurut Chandra dalam Sunarsasi dan Hartono (2020) termasuk pada strategi tempat saluran pemasaran meliputi kegiatan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran

pemasaran yang dilakukan perajin dengan memasarkan produk gerabah sendiri dengan membuka usaha gerabah bersifat menetap dan bertempat. Hal ini membuat pembelinya dengan mudah memperoleh gerabah yang dibutuhkan misalnya *kanot*, *ceuprek* dan *belangong* yang bisa digunakan sehari-hari. Sebagian perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang memilih memasarkan pada Toke Junaidi. Toke tersebut yang mendistribusikan gerabah mereka ke daerah lain sampai Banda Aceh. Sebagian memilih memasarkan sendiri secara keliling dikecamatan sekitar dan memasarkan langsung produk gerabah kepada pembelinya tanpa perantara.

### **KESIMPULAN**

Penyebab perajin gerabah tetap bertahan di Gampong Me Matang Panyang adalah (a) gerabah sebagai mata pencaharian masyarakat dan pekerjaan tetap perajin gerabah untuk memperoleh pendapatan, (b) gerabah masih diminati pembeli terutama toke yang menampung gerabah, pedagang gerabah keliling maupun pembeli di gampong sekitarnya. Jaringan bisnis perajin gerabah dalam mendistribusikan produksi gerabah di Gampong Me Matang Panyang adalah (a) membangun jaringan bisnis dengan pedagang gerabah maupun pedagang keliling, dan (b) bekerjasama dengan toke yang menampung produksi gerabah dalam memasarkan gerabah ke daerah lainnya. Strategi pemasaran perajin gerabah di Gampong Me Matang Panyang untuk mendorong minat pembeli adalah (a) membangun usaha gerabah di daerah lain bersifat menetap dan bertempat dengan menyewa ruko di daerah pasar perkotaan, (b) berdagang gerabah keliling dengan menjual langsung kepada pembeli.

### **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran dari penulis bahwa (a) gerabah harus tetap dipertahankan sebab menjadi pekerjaan tetap dan dapat menjadi sumber pemasukan bagi masyarakat, juga gerabah masih diminati pembeli. Gerabah juga harus ditambahkan model gerabah lainnyayang lebih menarik seperti gerabah pot bunga perlu ikut model pot bunga sekarang sehingga menambah daya tarik pembeli, (b) gerabah perlu diperluas jaringannya dengan memasarkan ke daerah lainnya dan bila perlu mendirikan tempat usaha di daerah lain dan menjual sendiri. Sebab sangat menguntungkan menjual gerabah sendiri karena bisa menentukan harga jual dan tidak selalu bergantung pada toke, dan (c) strategi pemasarannya perlu ditingkatkan, salah satunya mempromosi digital baik melalui media sosial maupun iklan melalui pamflet maupun radio supaya pembeli dapat mengetahui produk gerabah, dan bisa mendorong minat pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Syahra, Rusydi. 2003. *Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi. Jurnal Masyarakat dan Budaya, Vol 5, No 1, halaman 1-22.*
- Santoso, Thomas. 2020. *Memahami Modal Sosial.* Surabaya: Pustaka Saga.
- Muhartono, Rizky dan Sonny Koeshendrajana. 2013. *Modal Sosial Kelompok Nelayan Di Waduk Gajah Mungkur (Studi Kasus Kelompok Mina Tirta, Kecamatan Wuryantoro, Kabupaten Wonogiri). Jurnal Sosek KP Volume.8, Nomor. 2, halaman 231-240.*
- Damsar dan Indrayani. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi.* Jakarta: Kencana.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Modern.* Jakarta: Prenada Media.
- Addien.2010. *Praktik Membuat Kerajinan Tanah Liat.* Jakarta: Trans Mandiri Abadi.
- Murniati, Enyah. 2010. *Keterampilan Membentuk Tanah Liat.* Surabaya: Sic
- Rangkuty, Rakhmadsyah Putra. 2018. *Modal Sosial dan Pemberdayaan Perempuan (Kajian Modal Sosial dalam Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan PNPM Mandiri Pedesaan.* Lhokseumawe: Unimal Press.
- Kalis, Maria Christiana Iman. 2015. Model Pengembangan Produktivitas Perajin Industri Bidadai Di Wilayah Perbatasan.*Jurnal Ekonomi Bisnis danKewirausahaan, Vol. 4, No 2, 270-289.*
- Fadli, Husnul. 2019. *Pemberdayaan Perempuan Melalui Usaha Kelompok Mandiri Pengrajin Tas Tali Packing Kampung Suka Karya Kelurahan Way Gubakkecamatan Sukabumi Kota Bandar Lampung.*Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Andriani, Shadry. 2019. *Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Meubel di Kecamatan Manggala Kota Makassar.*Skripsi Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Hamsah. 2017. *Modal Sosial Dalam Program Makassar Tidak Rantasa.* Jakarta: MIB Indonesia.