

# **STRATEGI DAN PERJUANGAN PENGRAJIN *HOME INDUSTRY* BATU BATA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSTENSINYA DI DESA GUNUNG REJO KECAMATAN WAYLIMA KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG**

**Febri Arianto<sup>1</sup>**

## **Abstrak**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif karena dalam penelitian ini penulis mengadakan penggambaran mengenai situasi, kejadian dan fakta-fakta yang ada lapangan. Penulis juga menggunakan informan sebanyak 6 orang, 3 orang pengrajin batu bata dengan karakter sebagai pekerjaan utama, dan 3 orang pengrajin yang menjadikan pekerjaan sampingan. Dalam teknik pengumpulan data penulis menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori Pierre Bourdieu sosiolog dari Perancis tentang Praktik saya gunakan untuk menjelaskan tentang praktik persaingan dalam ranah bisnis di desa gunung rejo. Teori bourdieu yang membantu saya untuk menjelaskan tentang modal-modal yang dapat di gunakan para pengrajin batu bata dalam mempertahankan usahanya. Di dalam sebuah praktiknya pengrajin batu bata tidak hanya menggunakan satu modal saja, melainkan menggunakan modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik, dalam mengatur waktu keseharian sebagai pengrajin batu bata meliputi, waktu produksi, pengeringan, pembakaran, seleksi batu bata dan pemasaran, pengumpulan modal para pengrajin batu bata di dapat dari modal yang dimiliki sendiri atau menggunakan pihak ketiga sebagai pinjaman, seperti bank dan pegadaian, pengkonversian modal pengrajin batu bata meliputi modal budaya ke modal ke modal social, konversi modal material ke modal simbolik serta modal social konversi ke modal material, hal ini merupakan sebuah strategi pengrajin batu bata yang bertujuan untuk mempertahankan eksistensinya.

**Kata Kunci:** Strategi, Perjuangan. Eksistensi, pengrajin

## **Pendahuluan**

Semakin hari pasar semakin menjangkau daerah yang jauh dan permintaan semakin meningkat, namun beberapa terkendala dengan keterampilan tenaga pengrajin yang masih perlu pelatihan-pelatihan guna meningkatkan keterampilan juga untuk meningkatkan kualitas produk agar kemudian produk-produk batu bata berkualitas mampu bersaing dengan produk lainnya sebagai pengganti batu bata.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Sosiatri-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: febriarianto@gmail.com

Disamping terus berkembangnya industri kecil, secara umum permasalahan yang di hadapi oleh pelaku *home industry* di Desa Gunung Rejo berkaitan dengan modal, manajemen, strategi usaha, dan pemasaran.

Modal merupakan faktor terpenting dalam memulai sebuah usaha, usaha akan berjalan dengan lancar apabila modal terpenuhi secara utuh, *home industry* yang ada di Desa Gunung Rejo sangat minim dalam hal pemodalannya sehingga akan sangat menyulitkan pengrajin batu bata tersebut untuk berkembang, contohnya seperti semua kebutuhan pokok produksi semua didapat dari membeli seperti tanah, alat, serta pekerja semua didapat dari membeli dengan cara hutang terlebih dahulu dan kemudian dibayar setelah batu bata tersebut laku dijual, hal ini akan mengakibatkan usaha sulit berkembang karena terjebak oleh hutang dan pemilik *home industry* akan mengalami siklus hanya memproduksi, menjual, serta membayar beban usaha dan hal itu akan mempengaruhi kondisi kesejahteraan dan berkembangnya sebuah usaha.

Pemasaran hasil usaha perlunya sebuah jangkauan dan perluasan jaringan untuk memasarkan produk tersebut, persaingan pasar yang semakin tinggi mengakibatkan pengrajin batu bata harus lebih selektif dalam membaca pasar persaingan baru akan selalu bermunculan seperti pengganti batu bata seperti batako. Sehingga yang perlu dilakukan pengrajin *home industry* adalah memastikan bahwa produknya memiliki kualitas yang tinggi, permasalahan dalam hal pemasaran adalah mengenai harga jual yang tak tetap, Akan mengakibatkan para pemilik *home industry* kebingungan untuk membayar beban usaha tetap.

*Home industry* batu bata di Desa Gunung Rejo yang masih mengandalkan terik matahari sebagai sumber energi untuk mengeringkan batu bata sebelum siap di bakar dan menjadi batu bata yang siap dipasarkan, cuaca yang berubah-ubah akan mengakibatkan *home industry* batu bata memerlukan waktu lebih lama untuk membuat batu bata yang siap dipasarkan, belum lagi ketika dimusim penghujan akan lebih sulit untuk memproduksi batu bata dan sampai saat ini belum ada solusi mengenai permasalahan cuaca.

Strategi dalam menjalankan suatu usaha sangat diperlukan untuk mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha, baik itu strategi mengumpulkan modal, strategi pemasaran dan strategi menjalin jaringan, praktik di lapangan para pelaku di ranah pengrajin nyatanya bukan hanya mengandalkan modal material saja melainkan juga modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik sebagai bentuk strategi dan perjuangan para aktor dalam mempertahankan usahanya. Pengrajin batu bata sebagai pelaku usaha yang bermodal relatif kecil nyatanya bukan hanya bersaing sesama pengrajin akan tetapi juga dengan para pemilik modal besar. Strategi yang digunakan pengrajin dari mengumpulkan dan mengkonversikan modal mereka lakoni walupun modal mereka relatif kecil. Bentuk variasi-variasi modal dan habitus yang dimiliki oleh pengrajin batu bata beraneka ragam. Ini semua sebagai penunjang para aktor untuk

dapat terus bertahan dalam ranah ini. Pengrajin batu bata merupakan praktik dari arus kehidupan yang tidak memihak kepada mereka. Modal material yang minim serta tersisihkannya para aktor ini dengan para pemodal besar membuat mereka lebih berjuang dan memiliki strategi untuk dapat mempertahankan usaha mereka.

Persaingan yang semakin tinggi, belum lagi dengan bertambahnya orang yang ikut terjun sebagai pelaku usaha setiap waktunya akan menambah persaingan semakin meningkat. Persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang tidak bisa di hindarkan, karena memang kondisi yang mengharuskan. Pada perkembangannya sering dalam persaingan usaha, terdengar dengan istilah monopoli.

Secara singkat monopoli dapat diartikan sebagai penguasaan pasar atas satu orang saja. Sedangkan pelakunya sendiri disebut monopolis, Namun secara luas monopoli dapat diartikan “terjadinya konsentrasi pasar dalam menentukan harga, produk dan keputusan-keputusan lain tentang pemasaran barang dan jasa”.

Persaingan sangat dibutuhkan dalam peningkatan kualitas hidup manusia, dunia yang kita kenal sekarang ini adalah hasil persaingan manusia dalam berbagai aspek. Persaingan yang dilakukan secara terus menerus untuk saling mengungguli membawa manusia berhasil menciptakan hal-hal dalam kehidupan yang berangsur-angsur menuju arah semakin maju dari sebelumnya. Untuk terciptanya keadilan dan kesejahteraan bagi semua pihak, persaingan yang harus dilakukan adalah persaingan yang sehat dalam pelaksanaannya. Kegiatan ekonomi dan bisnis pun tidak luput dari sebuah persaingan, mengingat kegiatan ini dilakukan banyak pihak untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu, hukum yang mengatur persaingan usaha dalam kegiatan ekonomi dan bisnis sangat diperlukan semua pihak supaya tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan. Manusia merupakan makhluk sosial (*zoon politicon*), yakni sebagai makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan orang lain dengan tujuan untuk selalu berinteraksi untuk memenuhi segala kebutuhannya. Sebagai makhluk sosial manusia dalam kehidupan sehari-harinya tidak bisa terlepas dari hubungan manusia lainnya, hubungan itu merupakan hubungan yang wajar dan bahkan menjadi keharusan. Prinsipnya, setiap kebutuhan sosial perlu adanya bantuan orang lain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Interaksi sosial bisa dilakukan dengan berbagai cara: jual beli, pinjam-meminjam, dan lain sebagainya.

Peran *home industri* batu bata dalam hal ini menjadi sangat penting sebagai penambahan penghasilan pemilik maupun pekerja di sektor ini dan *home industri* batu bata di Desa Gunung Rejo merupakan sebuah usaha untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Perjuangan Pengrajin *Home Industri* Batu Bata Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Desa Gunung Rejo Kecamatan Waylima Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung” melalui judul tersebut, penyusun mencoba melakukan penelitian, bagaimana perjuangan pemilik

usaha batu bata di Desa Gunung Rejo. Praktek penetapan harga di *home industri* batu bata yang ada di Desa Gunung Rejo terkadang terdapat persaingan yang kurang sehat di dalam usaha *home industri* ini karena perbedaan harga dan kualitas batu bata yang di hasilkan mengakibatkan adanya persaingan usaha. Harga terlalu mahal dan tidak di iringi dengan produk yang berkualitas bisa mengakibatkan berkurangnya konsumen.

Desa Gunung rejo ini terletak di Kecamatan Waylima, Berada di wilayah Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Sebagian usaha dari masyarakat Desa Gunung Rejo ini adalah pengrajin *home industri* yang mayoritas memproduksi dan menjual batu bata. Setiap kepala rumah tangga mempunyai usaha yang sama, dan menimbulkan persaingan usaha dalam hal harga, kualitas, dan lain sebagainya.

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Home Industri***

*Home industry* adalah tempat tinggal yang menerapkan tempat usaha baik itu berupa barang dan jasa, kantor hingga perdagangan. Semula pelaku *home industry* adalah kalangan entrepreneur dan professional, yang sekarang mulai meluas pada kalangan umum, untuk memiliki lokasi yang strategis untuk berkembangnya usaha usaha jenis rumahan ini tidak terlepas dari berkembangnya entrepreneur/kewirausahaan yang berperan membuka pola fikir kedepan masyarakat bahwa rumah bukan hanya sebagai tempat tiggal namun dapat digunakan juga sebagai tempat mencari penghasilan. (Alkim, 2005:3)

Menurut mudrajat kuncoro, industry kecil da rumah tanga memiliki peran yang cukup besar dalam sektor manufaktur dilihat dari sisi jumlah unit usaha dan daya serapnya terhadap tenaga kerja, namun lemah dalam menyumbang nilai nilai tambah (jatmiko, 2004:62)

*Home Industry* juga merupakan usaha rumah tangga yang dikelola secara sederhana belum memiliki izin dan masih terbatas dalam pengelolannya. Sering kali karyawanya melibatkan keluarga dan saudara. Usaha rumah tangga ini kiprahnya masih berskala kecil hanya bergerak di sekitar lingkungan rumah.

Lahirnya *home industry* karena disebabkan adanya hobi, kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, order yang berlanjut sampai berpenghasilan. Berdasarkan SK menteri perindustrian nomor.19/M/I/1986, *home industry* dapat diklasifikasikan kedalam *industri* kecil. *Industri* kecil memiliki tenaga kerja atau karyawan antara 5 sampai 19 orang.

### ***Karakteristik Home Industri***

Menurut pohan farida (2012:9) karakteristik ciri-ciri usaha kecil meliputi beberapa karakteristik antar lain:

1. Dikelola oleh pemiliknya
2. Usaha dilakukan dirumah

3. Produksi dan pemasaran dilakukan di rumah pemilik usaha
4. Modal terbatas
5. Berbasis keluarga atau rumah tangga
6. Lemah dalam pembukuan
7. Sangat diperlukan manajemen pemilik

### ***Tatangan – Tantangan Dalam Home Industry***

Adapun tantangan di dalam *home industry* sebagai berikut:

1. Mendapat pelanggan baru. Mendapat pelanggan baru tanpa melalui media promosi *home industry* juga dapat kendala bahkan ancaman, dengan kata lain perlu dilakukan promosi melalui media sosial maupun media cetak.
2. Memanajemen waktu, karena *home industry* dilakukan maka pengelolaan waktu yang baik didalam menjalankan pekerjaan dngan tugas-tugas rumah tangga agar bisa berjalan dengan baik.
3. Memisahkan tugas kerja dan keluarga, *home industry* dituntut untuk berpikir bijak dalam pembagian waktu baik keluarga maupun persoalan usaha walaupun yang dilakukan dirumah dalam menjalankan usahanya.
4. Mematuhi peraturan kota, pelaku *home industry* lebih cermat menyikapi perizinan usaha yang biasanya diikuti dengan keadaan lokasi bisnis yang ingin dibangun.

Mengelolah resiko, wirausahawan berbasis rumahan harus meninjau polis asuransi pemilik rumah mereka karena tidak semua polis mencakup klaim yang berkaitan dngan bisnis, beberapa bahkan akan menghanguskan perlindungan jika terdapat bisinis di rumah.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif, yakni sebuah penelitian yang cenderung menggunakan suatu analisis deskriptif. Metode ini juga diharapkan mampu mengungkapkan dan memperoleh informasi secara dalam dan mendetail dari informan untuk mengungkap permasalahan yang ada di masyarakat. Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong (2012: 157), sumber data utama dalam kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan strukturalisme genetis Pierre Bourdiue dimana praktik adalah hasil kombinasi habitus, modal, dan ranah.

### **Hasil Penelitian**

#### ***Strategi dan Perjuangan Pengrajin Batu Bata***

##### *Modal-Modal Budaya Pengrajin Batu Bata*

Modal budaya yang dilakukan oleh para pengrajin batu bata ini bukan hanya dengan konsumen tetapi juga dengan sesama pengrajin batu bata. Dengan

menyapa calon konsumen dengan ramah dan santun para pengrajin batu bata saat menjelaskan produknya dan menawarkannya ke konsumen, bukan hanya konsumen tetapi juga hubungan dengan pengrajin lainnya agar terciptanya hubungan relasi yang baik sesama pengrajin.

Dengan memiliki pembawaan yang baik para pengrajin batu bata dapat mendapatkan pinjaman modal tambahan material yang baik. Misalkan saja pengrajin batu bata, aktor ini tidak memiliki lahan untuk memproduksi batu bata karena untuk modal yang besar, dan dengan cara bergaul yang baik dan di kenal oleh para relasi dari salah satu informan mendapatkan modal pinjaman material yang bersifat pinjam sewa. Ini dikarenakan pembawaan dari para aktor yang muda bergaul dengan individu lainnya.

Terlihat pada setiap pengrajin batu bata saat melakukan transaksi (negosiasi) dan menjelaskan barangnya. Kebanyakan dari mereka memiliki cara gaya bahasa yang berbeda-beda tetapi dengan bahasa yang santun tentunya. Seperti terkadang pengrajin menyamakan persepsi suku, asal, pengalaman agar konsumen terhanyut dalam obrolan kemudian diakhir pengrajin mulai mempromosikan hasil kerajinannya. Modal budaya ini juga dapat terlihat dengan bagaimana cara para aktor ini berinteraksi dengan individu lainnya.

#### ***Modal Simbolik Pengrajin Batu Bata***

Modal simbolik pengrajin batu bata yang memiliki nilai paling rendah adalah dari bentuk batu batanya, dulu pernah ada seorang pengrajin batu bata yang memiliki bentuk batu bata yang berbeda dari yang lainnya, pada umumnya batu bata berukuran lebar 8 cm dan panjang 15 cm, kemudian ada seorang pengrajin batu bata yang memiliki ukuran batu bata dengan lebar 10 cm panjang 30 cm, hal ini dilakukan karena pada saat itu pengrajin yang memiliki modal simbolik seperti ini mempunyai cara fikir untuk meminimalisir semen dan bahan material lainnya, pengrajin batu bata ini menggunakan cetakan batu bata milik sendiri, karena rata-rata pengrajin pada saat untuk cetakan masih membeli dari orang lain dengan variatif ukuran yang sama.

Modal simbolik yang memiliki nilai yang kedua adalah tentang warna, pengrajin batu bata menciptakan hasil dari batu bata dengan warna yang berbeda-beda hal ini berdasarkan pengolahan tanah serta takaran yang tepat, agar menciptakan sebuah warna yang menarik. Pada umumnya pengrajin batu bata pada saat itu menggunakan tanah pegunungan saja dan menghasilkan warna merah mudah keputihan, pada saat itu ada pengrajin batu bata yang mencoba membuat campuran tanah pegunungan dan pesawahan yang menghasilkan warna merah menyala dan lebih kuat di bandingkan dengan batu bata yang hanya menggunakan tanah pegunungan saja. Hal ini dianggap unik oleh konsumen karena memiliki batu bata yang warna merah menyala, konsumen tidak perlu khawatir untuk soal keindahan, bisa di katakan pembeli yang belum memiliki biaya untuk melapisi

tembok dengan semen tidak perlu khawatir karena dengan batu bata yang memiliki warna yang menyala akan membuat rumah lebih indah.

### ***Strategi Pengrajin Dalam Mengatur Keseharian Sebagai Pengrajin***

Desa Gunung Rejo merupakan sebuah desa yang banyak dikunjungi konsumen untuk mendapatkan produk batu bata, dikarenakan di desa Gunung Rejo mayoritas banyak menjadi pengrajin batu bata. Ranah perjuangan pengrajin dapat dikatakan jauh lebih berat karena di hadapkan dengan menjamurnya pengrajin batu bata yang sejenis, memperebutkan konsumen agar batu bata dapat laku terjual tentunya membutuhkan strategi dalam mengumpulkan modal-modal mereka. Di lapangan pengrajin batu bata juga mengatur strategi bagaimana mereka dapat mempertahankan usaha mereka.

#### *Manajemen waktu pengrajin batu bata*

##### a) Produksi

Waktu proses produksi batu bata Waktu proses dalam memproduksi batu bata yakni di perlukan yakni satu hari untuk 1000-1500 batu bata hal ini dilakukan mulai pagi-pagi sekitar pukul 07.00 pengrajin batu bata mulai menyiapkan bahan dan peralatan yang di pakai untuk memulai produksi, setelah semua alat dan bahan telah di siapkan pengrajin batu bata mulai mencampurkan dan mengolah tanah (*ngelolah*), biasanya hanya memakan waktu 1.2 jam, setelah semua bahan telah di campurkan dan telah menjadi tanah yang siap di produksi, mulai dari situlah pemerosesan produksi batu bata mulai dilakukan hal ini dilakukan oleh pengrajin tersebut sendiri atau bisa mempekerjakan orang untuk proses pembuatan bata, pencetakan batu bata biasanya memakan waktu yang cukup lama di karenakan cetakan batu bata dalam sekali cetak berjumlah 6-7 cetakan untuk menghasilkan ribuan batu bata, di perkirakan membutuhkan waktu pencetakan sekitar 4-5 jam tergantung kecepatan dari para pengrajin dalam mencetak.

##### b) Pengeringan batu bata

Dalam proses pengeringan batu bata terdapat 2 langkah untuk menghasilkan batu bata yang benar-benar kering dan benar-benar bisa di lakukan pembakaran. Pertama, batu bata setelah di cetak di biarkan begitu saja di tempat percetakan agar batu bata sedikit mengeras, kedua setelah mulai mengeras batu bata mulai di pindahkan dari tempat produksi yakni mulai di susun secara rapi agar dapat di keringkan secara maksimal hal kedua ini memerlukan waktu kisaran 15 hari agar siap melakukan proses pembakaran, dan tempat percetakan bisa di pakai kembali untuk melakukan produksi selanjutnya.

c) Pembakaran batu bata

Setelah dua proses pencetakan batu bata telah selesai tahap selanjutnya adalah melakukan proses pembakaran batu. Batu bata mulai yang sudah benar-benar kering di susun seperti candi-candi agar memudahkan dalam proses pembakaran, proses pembakaran memerlukan waktu sekitar 1 minggu untuk mendapatkan hasil yang maksimal, dan proses pembakaran biasanya memerlukan beberapa orang untuk melakukan proses ini, hal ini biasanya para pengrajin batu bata lainnya ikut berpartisipasi dalam proses pembakaran.

d) Waktu Pemasaran

Waktu pemasaran dilakukan setelah proses pembakaran batu bata selesai dan para pengrajin batu bata mulai memisahkan batu bata yang gagal dalam proses pembakaran, dan mulai memisahkan kelas batu bata, hal ini dilakukan dengan klasifikasi kelas 1 dan kelas 2, setelah proses penyeleksian batu bata yang siap di jual telah selesai maka batu bata benar-benar siap di pasarka.

*Manajemen Keuangan Pengrajin Batu Bata*

Dalam ranah bisnis manajemen keuangan dari setiap aktornya tentunya berbeda-beda. Dari bentuk investasi, peminjaman juga simpanan dari setiap aktor tentunya sangat berbeda. Tetapi bagi para aktor pengrajin batu bata yang memiliki usaha sendiri tentunya para aktor ini mempunyai jawaban yang beragam dalam manajemen keuangan mereka

Dalam ranah bisnis tentunya manajemen keuangan sangat di perhitungkan bagi para pelaku bisnis. Tidak sedikit dari pelaku bisnis yang bangkrut akibat tidak bisa memajemen keuangan mereka. Para aktor ini di tuntut mampu membagi keuangan mereka dalam berbagai keperluan misalkan keperluan rumah tangga, keperluan untuk bahan berdagang, membeli perlengkapan produksi dan keperluan lainnya.

Para aktor yang menyimpan uangnya di bank, ada yang disimpan di rumah, ada yang di pinjamkan sesama pengrajin ada pula yang mengikuti arisan. Dengan alasan masing-masing dari setiap aktor tentunya hasil dari penjualan itu sebagai bentuk investasi mereka. Ada pula aktor yang hanya menyimpan uangnya di rumah untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari. Mengikuti arisan juga diikuti dari salah satu informan sebagai salah satu bentuk perputaran uang agar apabila ada keperluan itu dapat di gunakan.

Bentuk investasi yang dilakukan informan yang menyimpan uangnya di bank yang dilakukan salah satu aktor dengan tujuan untuk menyekolahkan anaknya. Ada pula yang ingin membangun rumah untuk bekal di masa tua. Walaupun hanya pelaku bisnis yang bermodal relatif kecil ternyata dari salah satu informan ini ada pula yang mampu menyekolahkan anaknya sampai jenjang perguruan tinggi, bentuk menyekolahkan anak merupakan investasi para aktor

untuk dapat bisa dapat penghidupan yang lebih layak karena memiliki harapan yang besar kepada anaknya.

#### *Manajemen Emosi Pengrajin Batu Bata*

Bentuk manajemen emosi adalah bagian bentuk individu dapat mengontrol dirinya saat berhadapan dengan suatu persoalan yang sulit. Manajemen emosi para pengrajin batu bata harus lebih terkontrol saat menghadapi konsumen agar konsumen tetap merasa nyaman saat melakukan negosiasi produk. Berikut ini penulis akan menjelaskan tentang manajemen para informan saatn menghadapi konsumen.

Dalam berdagang perlunya manajemen emosi agar dapat melayani konsumen dengan baik. Sikap yang baik serta dengan keramah tamahan saat melayani akan menjadi nilai lebih pada saat terjadi negosiasi, bergelut dengan terik matahari, hawa yang panas, debu dan perlakuan konsumen yang kurang baik harus di hadapi oleh pengrajin batu bata ini. Tentunya dengan keadaan seperti ini para aktor harus lebih bisa mengontrol emosi agara mendapatkan pelanggan.

Dengan mereka mampu mengontrol emosi mereka tentunya para konsumen tidak akan sungkan untuk kembali ke pengrajin mereka atau bahkan membantu mempromosikannya, dan tentunya dengan startegi mereka mampu memanajemen emosi dengan baik maka itu juga dapat memajukan usaha mereka karena banyaknya langganan yang datang ke lapak mereka.

#### *Manajemen Persuasi Pengrajin Batu Batu Bata*

Walaupun pelaku bisnis yang memiliki modal kecil tentunya para aktor ini juga harus mampu meyakinkan dirinya sendiri untuk dapat mempertahankan usahanya. Akan tetapi yang perlu para aktor ini pikirkan adalah bagaimana cara agar dapat menarik minat kosumen.

Bentuk rill di lapangan tentang cara aktor meyakinkan para konsumen dengan cara menyapa konsumen dengan ramah dan mampu mempengaruhi konsumen bahwasannya barang yang mereka punya jauh lebih baik dan bermutu. Ini merupakan salah satu cara yang jitu bagaimana para aktor ini membentuk sebuah pencitraan pada produknya agar dapat di beli oleh konsumen. Cara-cara jitu lainnya yang dilakukan oleh para aktor adalah menyamakan persepsi suku, asal, dan pengalaman untuk mendapatkan perhatian dan kedekatan emosional. Dan yang terkahir dengan cara uji kekuatan batu bata dengan cara di rendam di air untuk melihat kekuatan batu batanya.

Bentuk persuasi pengrajin batu bata untuk meyakinkan minat konsumen sangat beraneka ragam. Tujuannya mereka meyakinkan konsumen agar konsumen tertarik dengan barang dagangannya mereka dan barang dapat laku terjual.

### ***Keterampilan Pengrajin Batu Bata Dalam Memproduksi***

Bentuk rill di lapangan bahwasannya para aktor ini dapat memproduksi batu bata bukan karena kursus memproduksi batu bata untuk menjadi profesional. Akan tetapi para aktor ini memiliki keterampilan memproduksi ini secara otodidak karena tuntutan dari pekerjaan mereka.

Agar dapat memproduksi batu bata beraneka ragam kualitas aktor ini ini juga dapat belajar pada teman dan sanak saudara yang lebih dulu menjadi pengrajin batu bata. Dengan menambahkan wawasan tentang memproduksi batu bata akan menjadikan hasil produksi jauh lebih baik dan berkualitas tinggi. Dengan kualitas yang baik maka akan menjadikan batu bata cepat terjual bahkan para calon pembeli bisa memesan terlebih dahulu batu batanya.

### ***Strategi Mengumpulkan Modal***

#### ***Strategi Pengrajin dalam Mengumpulkan Modal Material***

Strategi dalam mengumpulkan modal para pengrajin batu bata ini tentunya sangat bermacam-macam. Tetapi dengan cara mereka meminjam modal materi untuk modal awal tentunya para pengrajin batu bata ini lebih giat untuk mengembalikan modal material itu. Modal material yang keuntungan awalnya harus di kembalikan kepada orang lain sekarang sisa dari keuntungan itu dapat di jadikan sebuah keuntungan mereka sendiri.

#### ***Strategi Pengrajin dalam Mengumpulkan Modal Budaya***

Modal budaya bagi para pengrajin batu bata merupakan pembawaan bagi para aktor. Cara bergaul dan memiliki banyak teman merupakan modal budayayang mereka miliki. Memiliki banyak konsumen (pelanggan) juga merupakan usaha mereka untuk dapat mempertahankan usaha mereka. Strategi pengrajin batu bata dalam mengumpulkan modal budaya adalah dengan cara berlaku baik kepada orang lain termasuk sesama pengrajin batu bata konsumen dan lain-lain. Cara berbicara juga merupakan modal budaya yang mereka miliki dengan membangun hubungan-hubungan yang baik. Dengan memiliki pembawaan yang baik, sopan dalam bicara tentunya para aktor ini memiliki kedudukan-kedudukan sosial tersendiri bagi para relasinya. Modal budaya ini para aktor dapatkan dari ajaran mereka dari lingkungan keluarga, lingkungan sosial, serta pembawaan dari diri mereka sendiri.

#### ***Strategi Pengrajin dalam Mengumpulkan Modal Sosial***

Strategi pengumpulan modal sosial pengrajin batu bata dengan cara membentuk hubungan serta jaringan-jaringan dengan segala pihak yang bagi mereka dapat mempertahankan usahanya. Membentuk sebuah jaringan sesama pengrajin batu bata sangat menguntungkan bagi sesama pengrajin batu bata agar dapat terciptanya keakraban serta hubungan relasi yang baik sesama pengrajin

batu bata. Dalam modal sosial ini terciptanya sebuah jaringan yang saling menguntungkan untuk dapat mempertahankan usahanya.

Para pengrajin batu bata membangun sebuah jaringan terhadap individu yang individu tersebut memang pekerjaan utamanya sebagai piak ketiga dalam memasarkan sebuah produk (makelar), hal ini dilakukan untuk menambah dan mencari konsumen jauh lebih banyak walaupun harga yang mereka tawarkan sangat tinggi tapi hal itu tidak jadi masalah untuk mendapatkan konsumen. Banyak cara yang dilakukan pada setiap pengrajin batu bata dalam membangun sebuah jaringan, yang pasti tujuan dari hal tersebut adalah untuk mendapatkan konsumen dan pelanggan tetap.

#### *Strategi Pengrajin Dalam Mengumpulkan Modal Simbolik*

Modal simbolik tidak terlepas dari kekuasaan simbolik. Aka tetapi bagi para pelaku aktor pengrajin batu bata ini, modal simbolik merupakan kekhasan tertentu yang mereka miliki dalam menjadi seorang pengrajin dan pengusaha. Dari kekhasan ini bertujuan agar konsumen dapat selalu mengingat produk maupun usahanya mereka untuk dapat kembali membeli produk mereka, atau mungkin dapat membatu mempromosikannya. Modal simbolik yang para aktor dapatkan tentunya bukanlah dari bentuk pengajaran dan sekolah formal. Cara mereka mendapatkan modal simbolik sangat bervariasi. Ada dari aktor yang membuat kekuatan simbolik itu dengan dikerjakan sendiri seperti membuat batu bata yang beragam warna serta beragam bentuk dan ketebalan, beragam kelas kekuatan produk agar konsumen mudah mengingatnya. Ada juga yang memakai perlengkapan produksinya yang modern, dari model produksi pengolahan bahan pencetakan batu bata yang lebih cepat dan di yakini jauh lebih unggul, hal ini dilakukan oleh para aktor untuk mendapatkan modal simbolik dan dapat mempertahankan usahanya tersebut.

#### *Habitus Pengrajin Batu Bata*

Bourdieu merumuskan konsep habitus sebagai analisis sosiologis dan filsafati atas perilaku manusia. Dalam arti ini, habitus adalah nilai-nilai sosial yang dihayati oleh manusia, dan tercipta melalui proses sosialisasi nilai-nilai yang berlangsung lama, sehingga mengendap menjadi cara berpikir dan pola perilaku yang menetap di dalam diri manusia tersebut. Habitus seseorang begitu kuat, sampai mempengaruhi tubuh fisiknya, secara realita habitus merupakan perilaku atau kebiasaan yang sering dilakukan oleh pengrajin batu bata.

Pengrajin batu bata melakukan tukar tenaga, tukar tenaga yang di maksud disini adalah pengrajin membantu proses produksi pengrajin lain, kemudian pengrajin tersebut akan membantu dirinya, hal ini dilakukan agar proses produksi cepat terselesaikan, bahkan pinjam pakai alat produksi batu bata ke antar pengrajin menjadi pemandangan yang bisa di ranah usaha.

Pengrajin batu bata pada saat proses pembakaran batu bata dilakukan di malam hari biasanya dilakukan setelah sholat isya sampai sebelum subuh proses pembakaran batu bata seperti ini sudah rutin dilakukan oleh setiap pengrajin, hal ini mereka beranggapan bahwa udara dan kondisi malam jauh lebih baik dari siang hari, api akan lebih stabil, kondisi api juga lebih mudah di kontrol, proses pembakaran batu bata dilakukan bersama-sama masyarakat pengrajin ataupun masyarakat umum bisa membantu proses pembakaran.

Pengumpulan modal yang dilakukan pengrajin batu bata merupakan sebuah habitus yang terbangun sejak lama, hal ini dapat dilihat dari masyarakat desa yang ingin menjadi pengrajin batu bata tetapi tidak memiliki modal material ataupun modal lainnya, pengrajin batu bata lainnya ikut membantu pengrajin batu bata tersebut sesuai dengan kesepakatan yang dilakaukan bersama.

Habitus yang terakhir adalah ada beberapa pengrajin batu yang melakukan pemotongan hewan ternak bisa berupa ayam, bebek, itik, bahkan ada yang motong kambing, hal ini biasanya dilakukan untuk mengungkapkan rasa syukur akan target produksi atau jika pengrajin memang memiliki janji jika waktu pembakaran batu bata akan memotong binatang ternak.

Habitus – habitus yang di uraikan diatas tercipta sudah sejak lama, awalnya habitus-habitus tersebut hanyalah perbuatan yang biasa saja, akan tetapi dengan berjalannya waktu hal-hal tersebut jadi sering di lakukan oleh para pengrajin batu bata, menurut mereka jika kegiatan dan perbuatan tersebut tidak dilakukan akan ada rasa yang aneh dan merasa tidak tenang dalam hati pengrajin.

Habitus pengrajin batu bata di bangun oleh lingkungan dari pengrajin batu bata di desa gunung rejo itu sendiri, habitus-habitus pengrajin batu bata yang ada di tabel tersebut terbentuk oleh kebiasaan pengrajin batu bata sejak dulu, sehingganya secara turun menurun habitus-habitus itu terwariskan secara sadar.

### ***Modal Simbolik (Distintation) Pengrajin Batu Bata Untuk Masa Sekarang***

#### **1. Modal Simbolik Kembali Ke Modal Material**

Pada hal ini pengrajin batu bata menganggap modal material sebagai modal simbolik, awalnya pengrajin batu bata menggap peralatan modern menjadi modal simbolik yang bertujuan menarik banyak konsumen, akan tetapi dengan berjalannya waktu dan perkembangan usaha yang semakin meningkat peralatan-peralatan yang dianggap sebagai modal simbolik tersebut kembali ke modal material dan tidak memiliki ke khasan dari peralatan tersebut hal ini terjadi antara lain:

- a) Mayoritas pengrajin sudah memiliki peralatan tersebut
- b) Peralatan modern menjadi alat produksi wajib yang harus dimiliki, walaupun tidak punya pengrajin bisa melakukan sewa peralatan tersebut.
- c) Konsumen terkadang kebanyakan memilih ke pengrajin yang masih menggunakan peralatan tradisional, salah satu konsumen memilih batu

bata dari peralatan tradisional di karenakan tingkat kepadatannya yang lebih bagus.

2. Variasi bentuk batu bata tak lagi sebagai modal simbolik.  
Persaingan usaha semakin hari semakin meningkat, pengrajin batu bata berlomba-lomba dalam memperjuangkan modal simbolik, akan tetapi banyak pengrajin yang sudah bisa memiliki variasi dan bentuk model batu bata hingga akhirnya sekarang variasi bentuk batu bata tidak lagi menjaadi modal simbolik dan akhirnya hanya menjadi kewajiban setiap pengrajin untuk bisa membuat model batu bata, akan tetapi masih ada beberapa pengrajin yang hanya memiliki satu model batu bata saja.
3. Modal Simbolik Tidak Berlangsung Lama  
Di dalam perjuangan pengrajin batu bata memang sangat penting untuk memiliki ke khasan atau modal simbolik, hal ini di tujukan untuk menarik konsumen untuk membeli batu batanya. Modal tersebut di bangun dan di ciptakan sendiri oleh pelaku usaha. Akan tetapi perkembangan usaha yang terus meningkan menjadikan sesuatu hal yang dulunya dianggap sebagai modal simbolik akhirnya berubah menjadi sebuah kewajiban untuk bisa memiliki hal tersebut, memiliki peralatan modern, variasi bentuk bata dan kekuatan dan ketahanan batu bata dianggap sebagai hal yang harus terpenuhi.

### ***Eksistensi Pengrajin Batu Bata Di Desa Gunung Rejo***

Eksistensi pengrajin batu bata merupakan sebuah usaha yang di lakukan oleh pengrajin batu bata untuk terus bisa mempertahankan usahanya, dalm mempertahankan usahanya pengrajin batu bata memerlukan sebuah strategi-strategi agar usahanya mampu terus bersaing di tengah-tengah persaingan yang ketat.

Untuk memahami sebuah eksistensi pengrajin batu bata di perlukan sebuah prses pemahaman tentang strategi apa yang di di gunakan masing-masing pengrajin, yng kemudian akan paham dengan sendirinya tentang pengrajin batu bata yang bisa mempertahankan ke eksistensiannya.

### **Kesimpulan dan Saran**

#### ***Kesimpulan***

1. Desa Gunung Rejo merupakan ranah bisnis. Persaingan antar pengrajin batu bata terasa sangat ketat di sebabkan makin bertambahnya pengrajin batu bata yang sejenis. Di ranah bisnis para pengrajin batu bata menciptakan strategi-strategi yang jitu dalam membuat batu bata serta menarik minat konsumen agar tetap mempertahankan usahanya.
2. Modal yang digunakan para pengrajin batu bata adalah modal material, modal budaya, modal sosial dan modal simbolik untuk mempertahankan usahanya

serta untuk mengembangkan kerajinan batu bata, modal-modal tersebut saling keterkaitan dalam menjalankan perannya.

3. Pengumpulan modal adalah sebagai langkah awal untuk memulai usaha, modal material, modal budaya, modal sosial dan modal simbolik didapat dengan cara berbeda-beda seperti halnya modal material pengrajin batu bata mendapatkan modal tersebut dari modal sendiri maupun modal pinjaman dengan menggadaikan surat berharga seperti surat rumah surat kendaraan maupun menggadaikan perhiasan, kemudian hal selanjutnya adalah pengrajin batu bata mengkonversikan modal yang mereka punya menjadi modal-modal baru agar kerajinan batu bata sebagai tempat usaha masih bisa terus berjalan.
4. Konversi modal-modal dapat dilihat dari pengrajin batu bata, ada yang mengkonversikan modal material ke modal material, modal budaya ke modal social, modal material ke modal budaya, dan ada pula modal material ke modal simbolik, hal ini akan terus dilakukan oleh pengrajin batu bata sebagai strategi dalam mempertahankan usaha kerajinan batu bata.
5. Habitus merupakan sistem yang di dapatkan melalui proses yang lama dan dapat berubah-ubah. Habitus dari pengrajin batu bata tentunya tidak terikat oleh waktu. Pengrajin batu bata menciptakan habitusnya sendiri. Dalam hal ini terdapat habitus-habitus pengrajin batu bata yaitu habitus produksi, habitus waktu produksi, pemberian bonus, serta pengumpulan modal. habitus merupakan saranan pokok terpenting setelah modal untuk mempertahankan dan mengembangkan *home industry* batu bata sekaligus sebagai sarana untuk mempererat hubungan antar pengrajin karena pada dasarnya berkehidupan social jauh lebih penting di bandingkan dengan hanya memikirkan sebuah usaha.
6. Manajemen keseharian sebagai seorang pengrajin batu bata akan membuat pekerjaan menjadi terarah dan terukur, manajemen dalam hal ini adalah, manajemen waktu, keuangan, emosi, persuasi dan keterampilan.
7. Secara umum pengrajin batu bata membutuhkan modal simbolik untuk membedakan dirinya dengan pengrajin lain, modal tersebut ialah berupa produk dan variasi batu bata serta peralatan modern untuk menjadi pembeda hal inilah yang dilakukan pengrajin batu bata. Akan tetapi dengan perkembangan usaha modal yang awalnya dianggap sebagai modal simbolik pada saat ini sudah tidak ada dan hal itu sudah dianggap biasa dan harus dimiliki setiap pengrajin.
8. Modal material merupakan modal yang sangat penting bagi pengrajin batu bata, dikarenakan modal material adalah langkah awal dalam memulai atau mengembangkan kerajinan batu bata tersebut, modal lainnya menjadi sarana pendukung untuk kemajuan dari usaha kerajinan tersebut, modal-modal dalam kerajinan batu bata pada dasarnya saling mempengaruhi dan saling

berhubungan, hal ini terlihat pada koversi modal yang di lakukan pengrajin batu bata, mendapatkan modal serta menukarkan modal tersebut ke modal lainnya.

9. Strategi yang baik dalam usaha kerajinan batu bata ini adalah pengrajin yang memiliki modal yang lengkap serta manajemen yang baik, yaitu pengrajin batu bata yang menjadikan kerajinan sebagai pekerjaan utama.

### **Saran**

1. Keberadaan pengrajin batu tentunya sangat membantu bagi pihak pemerintah desa karena merupakan sebagai pembuka2 lapangan pekerjaan. Karena yang tidak tertampung di sektor formal akan berpartisipasi de sektor informal. Jadi sebaiknya pemerintah desa membantu para pengrajin batu bata yang memerlukan modal, hal ini karena selama ini pengrajin batu bata mendapatkan modal dari Bank dan pihak swasta yang bunga dan cicilannya relative besar dan memberatka pengrajin.
2. Sebaiknya pengrajin batu membentuk sebuah ikatan organisasi yang menaungi mereka hal ini agar pengrajin batu bata kedudukannya menjadi kuat di masyarakat, serta dapat meyetabilkan harga pasaran batu bata karena selama ini harga di pasaran tidak stabil karena banyak pihak-phak ketiga atau pengrain batu bata menaikan atau menurunkan harga pasaran sesuka hati.
3. Pemerintah desa tentunya harus memberikan bimbingan edukasi terhadap mereka tentang lingkungan, agar aktifitas produksi mereka tidak mengganggu atau merusak lingkungan yang ada.

### **Daftar Pustaka**

- Alkim. 2005. *Pemberdayaan Home Industri Terhadap Masyarakat Pesisir*. Gramedia. Jakarta
- Jasfar, Farida. 2012. *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lofland dan Lofland dikutip oleh Dr.Lexy J Moleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung. Rosdakarya.
- RD. Jamiko. 2004. *Pengantar Bisnis*. Malang: UMM Press.
- Sudijono. Anas. 1996, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Grafindo Persada
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Harker, Richard dkk. 2005. *(Habitus x modal) + ranah = praktik, Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*, Jakarta, PT Jalasutra
- Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 1960, Tentang Penyelenggaraan Transmigrasi.
- Surat keputusan menteri perindustrian No.19/M/I/1986 tetang klasifikasi industry.