

**ETNIK KREATIF PENGRAJIN SANITAIR SEBAGAI ANTESEDEN  
KEWIRAUSAHAAN RAKYAT**

**Emma Yunika Puspasari<sup>1</sup>**  
*Emma.yunika.fe@um.ac.id*  
**Universitas Negeri Malang**

**Abstrak**

Industri kreatif menjadi fenomena yang mulai dikembangkan di Jawa Timur sebagai salah satu pengembangan sektor usaha rakyat. Sanitair merupakan produk unggulan di wilayah Kota Malang. Output sanitair yang berbasis pada kebudayaan lokal menjadi bagian identitas penting dalam ekonomi rakyat di Malang. Industri sanitair Karangbesuki memiliki segi intelektual dan budaya, yang dikembangkan melalui kajian potensial, baik oleh pengelola dan pelakunya, maupun terhadap produk-produk yang akan dihasilkan. Paper ini menganalisis model pengembangan ekonomi kreatif untuk kluster industri sanitair di Malang melalui inovasi yang merujuk pada eksistensi indigeneous culture yang penulis sebut sebagai anteseden Etnik Kreatif. Dalam kajian ini, peneliti menggunakan paradigma *new institutional economics* atau biasa disebut sebagai paradigma kelembagaan baru, paradigma kualitatif interpretative, studi naratif dan *Rapid Rural Appraisal* (RRA) digunakan sebagai proksi dalam merekonstruksi eksistensi atribut budaya lokal dalam desain produk sanitair Karangbesuki. Berdasarkan hasil rekonstruksi secara analitis tersimpul bahwa eksistensi dari anteseden etnik kreatif produk sanitair Karangbesuki memberi kontribusi secara signifikan terhadap perkembangan kewirausahaan rakyat di Malang.

**Kata Kunci:** *Etnik Kreatif, Pengrajin Sanitair, Anteseden Kewirausahaan Rakyat*

**Abstract**

*Creative industries that are based on the wisdom and attributes of local culture must be developed, one of which is the work of handicraft products from Karangbesuki in Malang. Sanitary output based on local culture is an important part of identity in the people's economy in Malang, because it can become an icon that involves the community so that industrial development can be enjoyed collectively. The Karangbesuki sanitary industry has an intellectual and cultural aspect, which is developed through potential studies, both by managers and actors, as well as on the products to be produced. This paper analyzes a creative economy development model for sanitary industrial clusters in Malang through innovation that refers to the existence of an indigeneous culture which the author calls the antecedents of Creative Ethnicity. In this study, researchers used a new institutional economics paradigm, interpretative qualitative paradigm, narrative study and rapid rural appraisal (RRA) were used as proxies in reconstructing the existence of local cultural attributes in the design of Karangbesuki sanitary products. Based on the results of the analytical reconstruction, it can be concluded that the existence of the antecedents of the creative ethnicity of Karangbesuki sanitary products contributes significantly to the development of entrepreneurship in the people of Malang.*

**Keywords:** *Etnic Creative, Sanitary Craftsmen, Multitude Entrepreneurship Antecedent*

---

ISSN

**2548-6535** (print)

**2615-6784** (online)

---

## PENDAHULUAN

Industri sanitair di Malang merupakan subsektor industri kreatif yang perlu dikembangkan. Menurut pendapat yang disampaikan Pangestu (2008) industri kerajinan rakyat merupakan kegiatan kreatif yang berkesinambungan dengan proses kreatif, produksi, distribusi output yang dihasilkan oleh pengrajin, berawal dari desain awal sampai *finishing* produk, antara lain output kerajinan batu alam, serat alam maupun buatan kulit, rotan, bambu, kayu, logam mulia, kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat dan kapur. Industri sanitair ini memiliki prospek untuk berkembang dengan baik. Prospek sanitair Karangbesuki dalam jangka panjang cukup baik seiring dengan pertumbuhan pasar dalam negeri yang terus meningkat secara signifikan.

Ketahanan industri sanitair Karangbesuki Malang memiliki posisi strategis dalam kebijakan pembangunan industri Jawa Timur yaitu membangun struktur kawasan sentra industri yang kuat, unggul bersaing dalam pasar domestik maupun pasar ekspor dengan pendekatan *local content intensive*. Kawasan sentra industri termasuk UKM sanitair ini merupakan bentuk ekonomi kreatif yang dapat menyerap pengangguran di wilayah Karangbesuki. Menurut Oyaana and Fisesha (2014) UKM merupakan salah satu kunci utama dalam pengentasan kemiskinan penduduk di suatu wilayah. Adapun *blue print* untuk mencapai sasaran pengembangan industri kerajinan sanitair adalah [a] stabilisasi dan ekspansi pasar dengan tujuan untuk *infreezing the value* dari pengrajin kreatif sehingga lebih

mudah dibangun kekuatan industri kerajinan sanitair yang stabil, [b] penguatan linkage industri kerajinan sanitair, baik industri hulu, rantai produksi, distribusi pemasaran dan inovasi rantai kreasi bermuatan *indigeneous culture* di Malang.

Karangbesuki merupakan wilayah sentra sanitair yang paling besar di Malang. Nama Karangbesuki ini berasal dari nama candi Besuki yang berdasarkan catatan sejarah memiliki makna kemakmuran atau kejayaan. Wilayah ini sangat melegenda sebagai sentra sanitair di Malang. Pengrajin wilayah ini membuat sanitair secara turun temurun. Sebenarnya UKM sanitair tidak hanya di wilayah karangbesuki saja di Malang, tersebar juga di wilayah Gasek dan karangwidoro akan tetapi di Karangbesuki yang dijadikan untuk kluster industri sanitair kota Malang. Pengrajin sanitair Karangbesuki jumlahnya lebih banyak dibanding kelurahan lainnya, dimana terdapat ratusan unit UKM (usaha kecil dan menengah) yang mampu meanmpung sekitar 500 pekerja dan eksis dalam memproduksi berbagai model sanitair. Harmonisasi dengan home industri sanitair membuat masyarakat Karangbesuki menyadari pentingnya memberdayakan potensi lokal yang mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif.

Minat pasar domestik terhadap produk sanitair Karangbesuki cukup besar, akan tetapi selama kondisi pandemi *covid 19* ini terdapat penurunan produksi sanitair yang cukup signifikan dibarengi dengan kondisi *market shockdown* dan resesi ekonomi selama pandemi. Selain

kondisi tersebut, terdapat permasalahan yang cukup serius untuk diberikan alternatif solusi pemecahannya agar potensi kewirausahaan rakyat untuk produksi sanitair di Karangbesuki bisa berkelanjutan. Pengembangan aspek desain lokal menjadi salah satu kritikal poin penting bagi pengembangan industri tersebut. Konsumen produk kerajinan sanitair menuntut perubahan yang terus menerus sesuai kebutuhan market domestik. Berdasarkan pendapat yang ditulis oleh Masri (2010) pengembangan desain dapat dilakukan dengan cara strategi eksplorasi unsur visual dan strategi eksplorasi material. Jadi strategi yang digunakan untuk meningkatkan harga market sebuah produk kriya adalah keunikan desainnya sehingga desain merupakan suatu unsur penting yang melekat bagi perkembangan industri kreatif sanitair di Karangbesuki. Namun realitas mengungkap fakta lain, diantaranya seiring dengan perkembangan ekonomi di era disrupsi ini juga membawa pengaruh yang signifikan pada peradaban masyarakat berupa pergeseran budaya lokal, bioteknologi dan desain kultur lokal menjadi desain ala kadarnya seperti desain antar pengrajin sanitair yang bercirikan tiru meniru tanpa memiliki ciri khas dan keunikan produk sanitair tersendiri.

*Blue print* pengembangan kluster industri sanitair Karangbesuki dapat dicapai melalui pemberdayaan pengrajin dengan model pengembangan desain produk yang merujuk pada eksplorasi visual etnik kreatif yang berasal dari budaya lokal masyarakat Malang. Tujuan pengembangan kewirausahaan rakyat ini adalah untuk mencapai industri sanitair

yang semakin efisien pada aspek *linkage* industri kerajinan dan jaringan rantai nilai produk sanitair. Dengan demikian sinergitas antara akademisi dan pelaku industri sanitair melalui pengembangan desain etnik kreatif menjadi suatu kebutuhan yang tidak bisa ditunda, dengan tujuan agar pengrajin sanitair Karangbesuki mempunyai kemandirian dan kepercayaan diri dalam pengembangan desain produknya.

## METODE

Penelitian ini dirancang dalam skema *eksploratory research* dengan pendekatan kualitatif *interpretative*. Peneliti menggali informasi yang berasal dari pengalaman, pengetahuan, pemahaman, pandangan pelaku sejarah dan pelaku usaha sanitair Karangbesuki melalui *narrative interviewing*. Wawancara naratif digunakan peneliti agar informan bersedia menuturkan pengalaman maupun peristiwa yang terkait dengan perkembangan kewirausahaan rakyat sanitair berbasis ekonomi kreatif. Menurut Cresswell (2012) wawancara naratif merupakan ciri khas penelitian kualitatif yang berfokus pada studi individu dalam memberikan makna terhadap pengalamannya melalui cerita yang disampaikan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Karangbesuki kecamatan Sukun Malang.

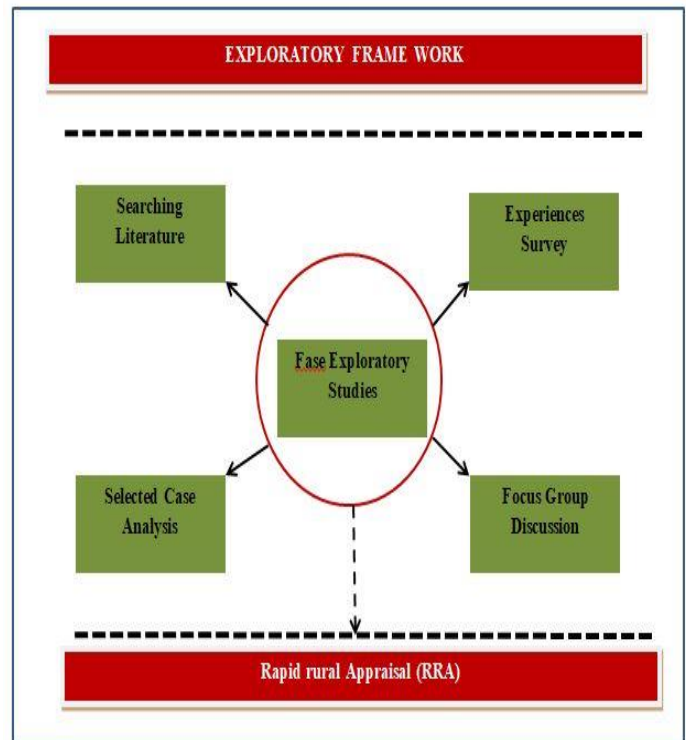
Pengumpulan data dalam research ini berdasarkan pada tiga komponen dasar, yaitu *space* (ruang atau tempat research), aktor (pelaku usaha sanitair karangbesuki) dan aktivitas (kegiatan mengelola UKM sanitair Karangbesuki). Peneliti bertindak sebagai *human instrument* di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan *Rapid Rural Appraisal* (RRA). Pendekatan RRA ini sebenarnya sudah berkembang mulai tahun 1980,

beberapa ekonom acapkali menggunakan pendekatan ini untuk studinya, diantaranya adalah Ellis dan Biggs (2001) yang menyatakan bahwa *Rapid Rural Appraisal* (RRA) merupakan salah satu pendekatan partisipatif untuk mendapatkan informasi maupun data penelitian dan *assessment* di lapangan dalam waktu yang relatif singkat. Teknik RRA ini digunakan oleh peneliti karena dianggap sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang tepat untuk membangun kemandirian ekonomi bagi kelompok masyarakat di suatu wilayah. Teknik RRA ini sering digunakan untuk metodologi penelitian pembangunan masyarakat desa secara cepat. **Rapid Rural Appraisal** merupakan salah satu metode pengambilan data dengan menggunakan teknik komunikasi ekstensif, bersifat informal dengan subyek penelitian untuk mengamati dan menggali informasi penting mengenai kondisi ekonomi, sosial dan budaya yang berkaitan dengan tema penelitian. Keunggulan teknik RRA yang digunakan oleh peneliti ini adalah mendapatkan informasi dalam waktu relatif cepat, hemat biaya penelitian, informasi akurat dan mendalam yang dapat digunakan sebagai indikator perencanaan tindakan dalam penelitian kewirausahaan rakyat di Karangbesuki.

Prosedur penelitian yang dilakukan melalui beberapa langkah yang dijabarkan sebagai berikut, tahapan awal peneliti melakukan wawancara dengan informan penelitian (pengrajin sanitair Karangbesuki), wawancara yang dilakukan adalah wawancara naratif dengan pengrajin-pengrajin sanitair yang diseleksi oleh peneliti karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman dan keterkaitan sejarah dengan topik penelitian kewirausahaan rakyat di Karangbesuki. Pada tahapan kedua peneliti melakukan *focus group discussion* (FGD) dengan informan

penelitian diikuti dengan tahapan observasi dan pengamatan langsung kondisi perkembangan ukm sanitair Karangbesuki. Secara konfiguratif, peneliti menjabarkan skema penelitian *exploratory studies* seperti gambar 1 berikut.

Gambar 1. Skema *exploratory studies and rapid rural appraisal*



Sumber :Artikulasi dikembangkan oleh peneliti, 2020

Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif berdasarkan data primer dan data sekunder yang diperoleh dan dianalisis untuk mencapai sasaran dari tujuan penelitian ini, yang dikonstruksikan oleh peneliti menjadi tiga sasaran penelitian yang harus dicapai, yaitu:

1. mengungkap dinamika perkembangan usaha sanitair Karangbesuki yang direkonstruksi berdasarkan penuturan
2. mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi ukm sanitair Karangbesuki dalam produksi dan pemasaran produk sanitair,

3. menentukan program prioritas etnik kreatif perkembangan kewirausahaan rakyat bagi usaha sanitair Karangbesuki. Peneliti menganalisis data penelitian dengan cara mengklasifikasikan data sesuai sasaran permasalahan, melakukan checking, editing dan tabulasi yang disesuaikan dengan data primer maupun sekunder, tahap berikutnya adalah melakukan interpretasi data hasil FGD dengan informan peneltitaan ini dengan mempertimbangkan bauran dan sebaran data primer maupun data sekunder yang sudah ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Dinamika Perkembangan Sanitair Karangbesuki berdasarkan perspektif kelompok industri pelopor**

Hasil penelitian ini mengungkap ada tiga sumber yang memberikan informasi secara akurat mengenai catatan sejarah perkembangan usaha kerajinan sanitair Karangbesuki. Ketiga sumber yang dimaksud oleh peneliti adalah penerus dan pewaris dari pendiri usaha sanitair pertama dan sekaligus sebagai perintis sentra industri sanitair di Karangbesuki ini. Informan yang dimaksud adalah Dasrim, Choirul dan Muanam. Selain penggalian informasi dilakukan dari ketiga informan tersebut, peneliti juga memperoleh informasi perkembangan sanitair Karangbesuki dari empat orang lainnya, dimana mereka juga termasuk pelaku usaha kelompok pengrajin sanitair karangbesuki kalau dirunut berdasarkan catatan sejarah beberapa pihak yang mengerti betul mengenai cikal bakal adanya industri sanitair di Karangbesuki. Keempat

informan tersebut adalah Kadir, Rahmat, Syukur dan Djoko yang masing-masing juga pernah bekerja di perusahaan sanitair yang didirikan oleh dasrim, akan tetapi keempat informan tersebut pada saat ini sudah mendirikan usaha sanitair sendiri yang letaknya masih di Karangbesuki. Berdasarkan catatan sejarah yang diperoleh dari wawancara naratif ditemukan bahwa usaha sanitair di karangbesuki dimuali pada tahun 1939 yang diawali oleh usaha sanitair milik Darmo, Darmo ini adalah ayah dari Dasrim yang sampai saat ini perusahaan sanitair nya tersebar di seluruh karangbesuki bahkan wilayah lainnya.

### **Permasalahan yang dihadapi klaster industri sanitair Karangbesuki**

Berdasarkan hasil analisis tematik yang dilakukan oleh peneliti dari hasil rekaman wawancara naratif dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan informan diperoleh tiga indikator permasalahan yang menjadi faktor terhambatnya proses jaringan rantai nilai dan distribusi sanaitair Karangbesuki pada pasar konsumen. Pendekatan tematik ini digunakan oleh peneliti untuk menganalisis dan menggambarkan pola-pola maupun tema dalam sasaran penelitian ini. Pendekatan tematik merupakan bagian dari metode kualitatif. Pendekatan tematik menurut pendapat dari Arnold (2006) merupakan bagian pendekatan kualitatif untul menganalisis dan melaporkan pola-pola dari suatu data yang dikumpulkan di lapangan.

Berdasarkan analisis tematik yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan ada tiga permasalahan yang dihadapi oleh kelompok ukm Sanitair Karangbesuki

tersebut, dapat dijabarkan secara kronologis berikut:

### **1. Permasalahan teknik produksi dan inovasi produk**

Berdasarkan hasil wawancara naratif yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan, diperoleh bahwa permasalahan utama yang dihadapi pengrajin sanitair Karangbesuki mayoritas mengalami kesulitan pada teknik desain produk yang inovatif dan memiliki ciri keunikan yang kreatif. Selama ini para pengrajin sanitair belum menemukan teknik desain produk yang inovatif sehingga produk sanitair yang dihasilkan sekedar asal-asalan dan cenderung meniru pola lama, mereka beranggapan apabila menciptakan desain produk yang lain, ada sensitivitas kekhawatiran yang berdampak pada menurunnya omset penjualan produk sanitair di pasar dengan alasan ketidakminatan konsumen pada desain produk yang baru. Permasalahan seperti ini tentunya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja maupun perkembangan keterampilan kreatif yang dimiliki oleh pengrajin sanitair Karangbesuki. Berdasarkan kerangka permasalahan ini sebenarnya diperlukan program pengembangan untuk pengrajin sanitair karangbesuki dalam peningkatan keterampilan teknik produksi berupa desain produk. Menurut Ojojuku *and* Sagujibe (2015) dalam hasil penelitian mereka diperoleh bahwa adanya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) untuk skill tenaga kerja akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Kecenderungan untuk mengikuti desain lama dan desain asal-asalan yang penting produk laku di pasar inilah yang menyebabkan produk tersebut

mengalami kesulitan untuk menembus pasar konsumen baru karena lemahnya kemampuan bersaing produk pengrajin sanitair karangbesuki dibanding produk lain yang telah merebut minat dan kecenderungan pasar.

### **2. Manajemen pemasaran produk skala regional**

Informan dalam penelitian ini mengungkap berbagai kendala yang dihadapi dalam usaha pengembangan sanitair Karangbesuki, masalah yang serius salah satunya adalah mengenai pemasaran produk pengrajin sanitair yang dominan di pasar lokal. Kelompok pengrajin sanitair Karangbesuki ini mengalami kendala pemasaran produk dikarenakan banyaknya pesaing yang menggeluti bidang usaha yang sama. Selain hal yang telah diungkap tersebut, penyebab rendahnya pemasaran produk sanitair di karangbesuki selama ini karena para pengrajin hanya menasar konsumen lama yang cakupan wilayah terbatas dalam area satu provinsi saja, sangat jarang pelaku usaha sanitair yang mendapat konsumen di luar area Jawa Timur, walaupun ada hanya sebagian kecil tidak sampai seperenam jumlah keseluruhan usaha sanitair di Karangbesuki ini. Dalam strategi pemasaran produk sanitair diperlukan hubungan bisnis antara produsen dan konsumen dalam jangka panjang, hal ini juga disampaikan oleh Globohoov (2011) bahwa keterkaitan hubungan bisnis antara pelaku usaha dan konsumen beradadalam jangka panjang untuk menciptakan kelompok pelanggan di pasar. Mereka tidak menggunakan pendekatan segmentasi pasar sebagai target marketing untuk produknya. Segmentasi

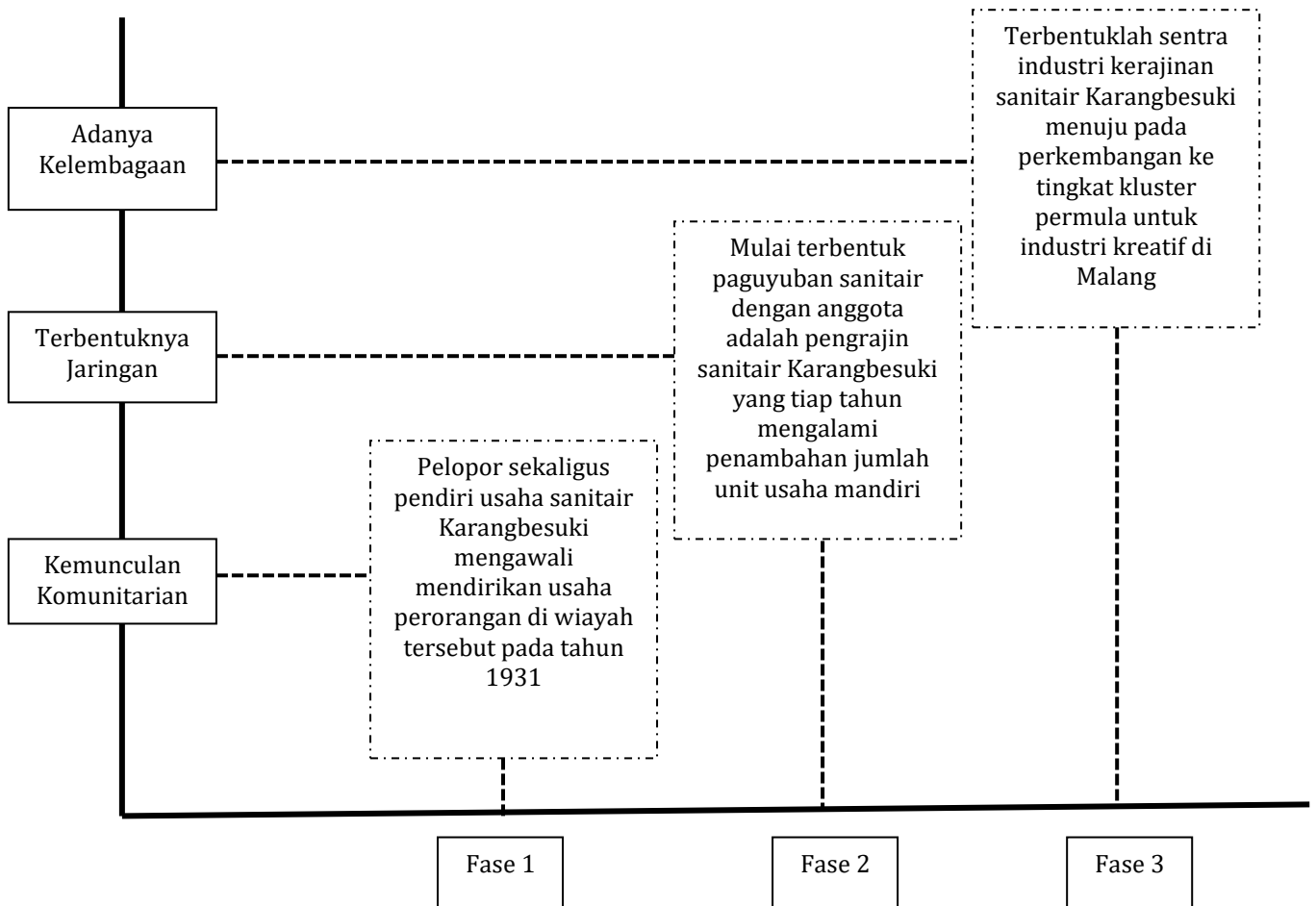
pasar sebenarnya diperlukan untuk mengklasifikasikan target pasar yang heterogen sesuai kelompok konsumen yang paling potensial. Pendekatan seperti ini salah satunya dikembangkan oleh Laksana (2008) sebagai salah satu target marketing yang memiliki beberapa tahapan antara lain: *market segmentation*, *market targeting* dan *market positioning*. Ekstensifikasi cakupan area pemasaran produk sanitair tersebut masih belum dilakukan secara optimal karena rendahnya kompetensi pengrajin dari segi strategi pemasaran dan daya saing produk yang masih rendah. Rendahnya kompetensi sumber daya manusia di lingkungan *home industry* sanitair inilah yang menjadi penyebab mendasar rendahnya penguasaan teknik pemasaran di era ekonomi digital. Kecenderungan mereka masih menggunakan teknik pemasaran yang masih klasik dan masih jarang yang memanfaatkan teknologi informasi secara optimal. Hanya beberapa pengrajin saja yang sudah mencoba pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk mereka. Sebagian dari mereka rerata mengeluarkan anggaran sekitar seratus ribu rupiah sampai tiga ratus lima puluh ribu rupiah untuk pos anggaran pemasaran produk. Media sosial yang *familiar* mereka gunakan diantaranya adalah pemanfaatan dengan menggunakan *whatsapp*, *facebook* dan *instagram* untuk komunikasi dengan konsumen produk sanitair.

### 3. Sistem permodalan yang lemah

Modal merupakan bagian dari input produksi yang dominan. Apabila ada permasalahan pada salah satu komponen faktor produksi, termasuk modal maka output produksi tidak dapat diciptakan

dengan optimal. Begitu halnya dengan keberadaan modal dalam usaha sanitair Karangbesuki ini juga merupakan faktor penentu ruang gerak perkembangan usaha. Berdasarkan wawancara naratif dengan informan, diperoleh informasi bahwa *home industry* ini mengalami pelemahan modal dikarenakan UKM sanitair karangbesuki merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup hanya mengandalkan modal dari pemilik usaha. Sebenarnya ada program pemerintah untuk meningkatkan modal bagi pelaku usaha di Malang, akan tetapi berdasarkan informasi responden, banyak pengrajin sanitair yang tidak mendapat suntikan modal pemerintah tersebut, mereka beranggapan bahwa kebijakan tersebut belum menyentuh sasaran yang tepat. Beberapa pengrajin yang mengalami kesulitan modal lebih memilih untuk melakukan pinjaman melalui keluarga maupun tetangga saja, sedangkan untuk memperoleh kredit melalui lembaga keuangan sulit diperoleh dengan alasan administratif yang rumit. Sulitnya pengrajin sanitair Karangbesuki dalam memperoleh modal usaha dari pemerintah baik itu lembaga keuangan perbankan maupun non bank disebabkan oleh keterbatasan akses mereka terhadap informasi keuangan dan pinjaman, rendahnya literasi pengrajin terhadap fasilitas layanan keuangan dan permodalan yang berasal dari pemerintah (Bank dan Non Bank). Berdasarkan wawancara naratif dengan informan, maka peneliti dapat menjelaskan secara konfiguratif mengenai latar sejarah perkembangan sanitair Karangbesuki seperti pada gambar berikut.

Gambar 2. Fase perkembangan Industri sanitair karangbesuki



Sumber: artikulasi oleh peneliti, 2020

### Etnik Kratif Perkembangan Kewirausahaan Rakyat.

Berdasarkan metode *Rapid Rural Appraisal* (RRA) dan analisis tematik yang telah dilakukan oleh peneliti maka untuk perkembangan home industri sanitair Karangbesuki ini dilakukan pelatihan bagi pengrajin dan pelaku usaha sanitair karangbesuki mengenai desain etnik kreatif produk. Pelatihan ini dilakukan untuk menciptakan produk purwarupa sanitair yang bergaya budaya lokal. Pelatihan dilakukan secara *out class*

dengan dipandu oleh ahli desain. Pelatihan desain etnik kreatif yang dimanfaatkan oleh pengrajin sanitair ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi desain produk yang selama ini hanya mengandalkan desain lama dengan gaya meniru asal-asalan, desain etnik kreatif ini memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri dibanding dengan desain produk lainnya. Etnik kreatif yang dikembangkan merupakan desain yang memuat nilai sejarah Karangbesuki dan budaya lokal yang berasal dari Malang. Dalam *out class*



pelatihan yang dilakukan, pengrajin sanitair juga diberikan pendampingan serta tutorial pemanfaatan media sosial yang baik dan benar dalam hal pemasaran produk sanitair. UKM sanitair Karangbesuki memperoleh kebermanfaatannya yang signifikan penggunaan media sosial dalam proses pemasaran produknya. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk sanitair ini mampu menstimulasi perkembangan penjualan produk sanitair di pasar melalui komunikasi antara konsumen, penyalur, penyedia bahan baku dan pelaku usaha sanitair. Menurut Endowan (2011) pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat menghubungkan antara produk dan pasar. Menurut Nety (2011) media sosial juga menghubungkan pelaku usaha dengan konsumen. Carter (2014) juga berpendapat bahwa media sosial merupakan sarana komunikasi yang sangat mudah dan cepat.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian eksploratori yang dilakukan, diperoleh beberapa poin penting dalam tulisan ini. Karangbesuki merupakan salah satu wilayah yang berada di Malang. Terdapat kluster industri sanitair yang tersebar di wilayah tersebut. Usaha sanitair sudah dilakukan secara turun temurun oleh warga Karangbesuki. Kewirausahaan rakyat Karangbesuki dalam bentuk pengembangan UKM sanitair dengan etnik kreatif pada desainnya secara kronologis dan konfiguratif dapat dipetakan ke dalam tiga permasalahan mendasar yang menghambat keberlanjutan industri tersebut antara lain permasalahan mengenai teknik produksi

dan inovasi produk, permasalahan manajemen pemasaran yang hanya terjangkau pada skala regional dan permodalan yang lemah. Peneliti dalam penelitian ini juga menggunakan metode *Rapid Rural Appraisal* (RRA) dan analisis tematik yang menganalisis bahwa perkembangan home industri sanitair Karangbesuki ini dilakukan pelatihan bagi pengrajin dan pelaku usaha sanitair Karangbesuki mengenai desain etnik kreatif produk untuk mengatasi permasalahan yang telah disebutkan tersebut. Pelatihan ini dilakukan untuk menciptakan produk purwarupa sanitair yang berdesain budaya lokal. Pelatihan dilakukan dengan cara *out class* yang dipandu oleh ahli desain. Pelatihan etnik kreatif desain yang dimanfaatkan oleh pengrajin sanitair ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi desain produk yang selama ini hanya mengandalkan desain lama, desain etnik kreatif ini memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri dibanding dengan desain lain

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana dan Subaedi.2010. Kompetensi Sumber Daya Manusia dalam UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Ekonomi Surabaya. Jurnal Manajemen Kewirausahaan 12 (1) pp. 40-51
- Arnold.2006. Pendekatan Tematik Analisis. Jakarta:Rineka Cipta
- Carter and John.2014. Social Media Strategy on Small Business. Business International Journal 9 (1) pp.1-12

- Cresswell.2012.Educational Research, Qualitative Research Design. Boston:M.A Pearson
- Endowan and Watson.2011. The History of Social Media to Business Impact. Management and Entrepreneurship Journal.16 (3) pp.1-15
- Globohoov.2011. Business and Trends Investigation Social. Enterprises Business Journal (1) pp.1-11
- Laksana.2008. Pendekatan Praktis dalam Manajemen Pemasaran. Graha Ilmu. Jakarta
- Masri 2010. Desain Industri Kretaif bagi Sektor Kerajinan Indonesia: Sebuah Pendekatan. Makalah disjikan pada Seminar nasional 'Strategi UMKM dan IKM dalam Menghadapi Era Asean China Free Trade Area, IPB. Bogor
- Nety.2011. Social Media in Role Marketing. Jornal of Enterprisess Business System 1 (2) pp.1-17
- Ojojuku and Sagujibe (2015). The Effect of Human Capital Development in Nigeria. Emerging Trends in Educational research Journal.4 (3) pp. 1-14
- Oyelana and Finesha A.2014. An Investigation The Effect of Small Medium Enterprises (SMEs) on Social Economic Development in Cape Province, South Africa. Mediteran Social Science Journal.5 (2) pp.1-13
- Pangestu.2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Puspasari.2019. Model Etkraf dan Jejaring Spektrum Digital bagi UKM di Malang. Prosiding Senadimas Ke 4 Tahun 2019 ISBN 987.63.7482.00