

# **STRATEGI MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PERUSAHAAN KERAMIK BURAT KRIASTA DI KASIHAN BANTUL DALAM MENYIASATI PERSAINGAN GLOBAL**

## ***STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE OF CERAMIC BURAT KRIASTA OF KASIHAN BANTUL IN RESPONDING A GLOBAL COMPETITION***

Oleh: R.Aldi Riyanto Aris Munandar  
FBS Universitas Negeri Yogyakarta  
E-mail: riyantoaldi28@gmail.com

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Burat Kriasta dalam mengolah bahan baku, manajemen tenaga kerja, dan mengetahui kreativitas desain serta strateginya menyikapi persaingan global. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti sendiri dengan dibantu oleh pedoman observasi, wawancara, dan dokumentasi. Validitasi data yang dilakukan adalah dengan triangulasi dan ketekunan pengamatan, sedangkan teknik analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini yaitu: (1) Strategi dalam mengolah bahan baku: Dalam proses produksinya Burat Kriasta memilih menggunakan tanah liat Sukabumi murni, tanah liat Sukabumi yang dicampur dengan kaolin, dan tanah liat Singkawang sehingga membuat *body* produk lebih kuat serta membuat warna tanah liat menjadi lebih putih dan lebih menarik, (2) strategi dalam memajemen tenaga kerja: menanamkan nilai kekeluargaan antar tenaga kerja, menyiasati rasa kebosanan dan kelelahan kerja yang timbul dengan cara penyertaan musik pada saat proses produksi, (3) strategi dalam kreativitas desain dan menyikapi persaingan global: memperkaya variasi desain lewat ide kreatif orisinal dan adopsi inovasi, menjadikan usaha sejenis sebagai “rekan” bukan “*rival*”, dan lebih memfokuskan perkembangan produk yang berorientasi pasar dalam negeri.

Kata kunci: Keramik, Strategi, Burat Kriasta.

### **Abstract**

*This research was aimed to know the strategy of Burat Krista in processing raw materials, workforce management and design creativity and also strategy to respond a global competition. This was a descriptive qualitative research. Data gathering technique used an observational technique, interview and documentation. The research instrument was the researcher himself aided by observational manuals, interview and documentation. Data validity was conducted by a triangulation and observational diligence, while data analysis technique used a data reduction, data presentation and conclusion drawing. The research results included: (1) strategy in processing raw materials in its production, Burat Krista choose to use real Sukabumi clay, kaolin-mixed Sukabumi clay and Singkawang clay so that it makes product body is stronger and clay color whiter and more interesting, (2) strategy in managing workforce: embed familiar values among workforce, ease boredom and tiresome by listening to the music during production process, (3) strategy in design creativity and respond a global competition: enrich design variation through original creative idea and adopted innovation, make other similar business as a “partner” instead of “rival” and more focus on domestic-oriented product development .*

*Keywords: ceramic, strategy, Burat Kriasta*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu industri yang mengolah dan meningkatkan nilai tambah sumber daya mineral yang melimpah adalah industri keramik. Keberadaan industri keramik di Indonesia sangat menguntungkan dan penting. Nilai perdagangan

produk-produk berbahan dasar lempung/tanah liat yang meliputi alat makan minum, ubin, alat laboratorium, alat listrik, dan bahan bangunan mencapai lebih dari 5 triliun. Dilihat dari nilai ini sudah sangat mengindikasikan bahwa industri keramik merupakan sektor riil yang mampu

menggerakkan ekonomi negara secara signifikan (Budiyanto, 2008: 78).

Namun saat ini keterbukaan ekonomi antar negara melalui globalisasi memungkinkan terjadinya resesi di suatu negara dan menciptakan efek domino yang mengarah serta mempengaruhi negara lainnya. Di era globalisasi ini banyak perusahaan-perusahaan besar milik luar negeri yang membuka cabangnya di Indonesia. Manajemen birokratik yang menjadi ciri di perusahaan-perusahaan besar di negara-negara maju, secara bertahap mulai ditinggalkan karena dinilai tidak menguntungkan, dan dirasa kurang efektif dalam menghadapi Kompetisi di era persaingan global yang sangat ketat

Di Indonesia, pengaruh globalisasi yang begitu kuat dan luas sangat dirasakan oleh masyarakat sampai ketinggian lapisan paling bawah. Utamanya globalisasi di bidang ekonomi, teknologi, dan budaya sangat kuat pengaruhnya khususnya terhadap masyarakat yang bergerak dibidang industri skala kecil menengah (UKM). Sebagian dari mereka ada yang mampu bertahan dan bahkan bisa mengembangkan usaha industrinya, tetapi sebagian besar dari mereka banyak yang mengalami “kemandegan” usaha (usaha industri yang ditekuni tidak berkembang) bahkan ada yang gulung tikar (kolaps) dikarenakan beratnya persaingan.

Burat Kriasta merupakan salah satu UKM yang bergerak dibidang industri kerajinan keramik yang mampu bertahan bahkan terus mempertahankan eksistensi-nya ditengah persaingan global yang sangat ketat. Selain harus bersaing dalam persaingan global Burat Kriasta juga masih harus menghadapi beberapa faktor-faktor penghambat seperti bencana alam (gempa bumi), keberadaan sumber daya alam yang jauh dsb, namun Burat Kriasta tetap dapat bertahan menghadapi semua hambatan dan persaingan dengan menjalankan strateginya.

Maka dari itu sangat penting untuk mengetahui strategi apa saja yang diterapkan Burat Kriasta untuk dapat tetap eksis dalam menghadapi persaingan global dan ancaman-ancaman yang dihadapi, meliputi strategi dari seluruh aktivitas produksinya terkait dengan

sektor bahan baku, tenaga kerja, dan inovasi produk dan desainnya beserta upaya-upaya yang dapat dilakukan agar dapat tetap bertahan dan terhindar dari keterpurukan akibat dampak dari persaingan global dewasa ini.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan di *showroom* UKM Burat Kriasta Kasihan, Bantul pada bulan April sampai dengan Juni 2016.

### **Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah kepala dan karyawan Burat Kriasta, Kasihan, Bantul. Objek penelitian adalah Burat Kriasta dan segala yang ada di dalamnya baik kondisi, aktivitas keseharian, kendala yang ditemui, proses produksi, bahan baku, dan produk Burat Kriasta.

### **Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian kualitatif deskriptif terdiri dari observasi, wawancara, serta dokumentasi. Jenis data berisi kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, serta dokumentasi yang berupa foto-foto. Kata-kata dan tindakan diperoleh melalui pengamatan dan wawancara yang merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Sumber data tertulis didapat dari sumber bacaan seperti buku-buku, majalah, arsip, dan dokumen resmi. Data dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi supaya data yang diperoleh menjadi valid dan lengkap.

### **Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi (pengamatan), wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen

penelitian adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2015: 305).

### **Teknik Analisis Data**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis bersifat menguraikan, menafsirkan, dan menggambarkan data secara sistematis. Dalam menganalisis data yang dikumpulkan selama melakukan penelitian, peneliti menggunakan beberapa langkah dalam menganalisis data yang ada. Menurut Sugiyono (2015: 337), dalam proses analisis data terdapat beberapa komponen yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Burat Kriasta dalam Mengolah Bahan Baku**

Setiap tanah liat dari perusahaan atau rumah produksi keramik yang ada, berasal dari berbagai daerah yang berbeda-beda, Burat sendiri memilih menggunakan tanah liat Sukabumi. Dikarenakan sifatnya yang lebih plastis serta mampu menahan glasir hingga suhu yang tinggi inilah maka tanah jenis ini lebih dipilih oleh Burat Kriasta dalam proses produksinya. Burat Kriasta sangat menitikberatkan pada keunggulan di sektor glasirnya dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan keramik berglasir lain di sekitar Kasongan, maka suhu bakar yang tinggi sangat dibutuhkan, karena jika tanah liat tidak memiliki suhu bakar yang tinggi tidak akan mampu untuk dibakar hingga suhu dimana glasir dapat meleleh dengan sempurna.

Burat kriasta dalam mengolah bahan baku tanah liatnya dibuat menjadi dua jenis olahan, yaitu tanah liat Sukabumi murni dan tanah liat Sukabumi dicampur kaolin dan tanah liat Singkawang. Tentu saja campuran dari kedua jenis tanah liat tersebut berbeda dan hasil pembuatan dari masing-masing tanah akan berbeda pula hasilnya setelah di bakar, untuk tanah liat yang murni hanya Sukabumi akan berwarna krem agak kemerahan, sedangkan untuk tanah liat Sukabumi yang dicampur dengan

kaolin dan tanah liat Singkawang akan berwarna krem agak keputih-putihan. Masing-masing tanah memiliki kelebihan dan fungsinya masing-masing.

Awalnya Burat hanya memproduksi slip tanah liat Sukabumi dengan campuran *water glaze* saja, akan tetapi seiring dengan mengikuti perkembangan, Burat Kriasta mencampurkan kaolin dan tanah liat Singkawang, hal ini dilatar belakangi karena tanah liat sukabumi hasil cetaknya setelah dituang untuk benda-benda berukuran besar sangat rawan pecah karena kurang kuat, maka dari itu Burat Kriasta menyiasatinya dengan mencampurkan kaolin dan tanah Singkawang. Disamping membuat *body* keramik lebih kuat tanah ini lebih banyak peminatnya karena warna hasil bakarnya di anggap lebih menarik, tanah liat sukabumi dengan campuran tanah liat Singkawang dan kaolin ini juga dianggap lebih cocok dengan karakteristik produk Burat Kriasta yang lebih berani *full* glasir dalam setiap produknya.

Komposisi kedua jenis slip tanah liat yang digunakan di Burat Kriasta ialah sebagai berikut, untuk slip tanah liat jenis pertama hanya menggunakan 45 kg tanah liat Sukabumi, 15 kg tanah gagal produksi yang belum dibakar, kemudian *water glaze* dan air. Kemudian untuk mengolah slip tanah liat kedua yang berwarna krem agak keputih-putihan menggunakan komposisi bahan tanah liat Sukabumi 35 kg, tanah liat Singkawang (tanah liat putih) 10 kg, kaolin 5 kg, dan tanah bekas tuang 10 kg. Tanah Singkawang dan kaolin berguna untuk memperkuat *body* keramik, serta membuat warna tanah dengan olahan ini menjadi lebih putih.

### **Strategi Burat Kriasta dalam Manajemen Tenaga Kerja**

Dalam menghadapi persaingan global dewasa ini Burat kriasta membutuhkan tenaga kerja yang fleksibel, inovatif, berpengalaman, dan kompak dalam tim. Untuk mendapatkan tenaga kerja seperti itu strategi yang Burat lakukan ialah dengan mempertahankan para tenaga kerja yang ada. Dengan tidak adanya pergantian keluar masuk tenaga kerja diharapkan tenaga kerja yang

ada akan lebih mengerti dan paham tentang Perusahaan Burat luar dalam sehingga lebih fleksibel dalam bekerja, lebih berpengalaman, dan tentunya akan lebih kompak dalam bekerja karena sudah saling mengenal.

Adapun strategi manajemen yang dilakukan Burat Kriasta untuk mempertahankan pekerjaannya diantaranya ialah : Perusahaan Burat Kriasta sangat mengetahui bahwa pekerja sangat tidak senang dengan pemberian tugas pekerjaan dengan komando atau paksaan. Burat Kriasta sangat menyadari bahwa para tenaga kerja penting dan diperlukan oleh perusahaan. Maka dari itu untuk menghindari kekecewaan dari penolakan pekerja atas perintah dengan paksaan kerja, Perusahaan Burat Kriasta lebih memilih untuk menggunakan metode “kekeluargaan” kepada para karyawan, Burat Kriasta lebih memilih kata “tolong” dari pada kata-kata “perintah”. Dengan menggunakan metode kekeluargaan ini terdapat tiga kunci pokok yang dapat lebih mempererat hubungan antar karyawan dan atasan untuk mendorong kemajuan para pekerja, yaitu: perhatian, umpan balik yang terus menerus, dan perasaan saling membutuhkan.

Dengan memberikan “perhatian” kepada para pekerja, Bu Tin di sini selaku pemilik usaha dapat mengurangi ketegangan, meningkatkan kepercayaan dan memperbaiki sikap serta semangat kerja. Dengan memberikan “umpan balik yang terus-menerus” bahkan turut terjun langsung dalam pengawasan dan proses produksi, Bu Tin dapat mengetahui posisi perusahaannya, citranya dikalangan tenaga kerja, serta apa yang terjadi pada produknya pada saat dalam proses produksi. Dengan “perasaan saling membutuhkan”, Bu Tin dapat menghilangkan berbagai macam persoalan karena mendasarkan falsafah pengawasannya pada fakta bahwa perusahaan mempekerjakan seorang karyawan karena membutuhkan tenaga untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu. Dan sebaliknya, para pekerja memang membutuhkan perusahaan untuk memperoleh pekerjaan.

Kemudian strategi untuk mengatasi rasa kebosanan kerja dan kelelahan kerja yang dialami oleh tenaga kerja, khususnya mereka yang

bekerja pada pekerjaan-pekerjaan yang monoton, berulang-ulang, kurang bervariasi, kurang tantangan bila tidak diantisipasi dan dikendalikan dengan sebaik-baiknya dapat mengakibatkan terjadinya kecelakaan kerja dan menurunkan produktivitas kerja. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Burat Kriasta ternyata mempunyai strategi tersendiri untuk mengatasi masalah tersebut. Upaya yang dilakukan Burat Kriasta ialah dengan menyertakan musik pengiring kerja pada saat sedang berlangsungnya proses produksi. Penyertaan musik pengiring kerja di tempat kerja merupakan bentuk kepedulian Burat Kriasta dalam rangka mewujudkan kualitas kehidupan kerja yang lebih baik di perusahaan. Penyajian musik pengiring kerja dengan mempersembahkan irama sedang dan lagu-lagu yang sesuai dengan keinginan pekerja dapat dipersepsikan tenaga kerja sebagai penghargaan atas pekerjaan yang telah dilaksanakan setiap hari.

### **Strategi Burat Kriasta dalam Proses Kreatifitas Desain dan dalam Menyikapi Persaingan Global**

Setiap industri pasti saling berkompetisi untuk saling bersaing didalam hal desain. Disebabkan oleh desain itu akhirnya mereka berusaha memperbaharui cara memikat konsumen. Oleh karena itu diperlukan kreatifitas yang tinggi untuk menciptakan desain-desain yang dapat menarik perhatian konsumen, dan laris dipasaran.

Kultur masyarakat sekitar dan kontak sosial sangat berpengaruh terhadap variasi dari produk Burat Kriasta. Hubungan yang dijalin dengan seniman, pedagang, konsumen, dan lingkungan sekitar sangat mendasari munculnya produk-produk baru Burat, hal itu tentunya memerlukan kreatifitas yang tinggi. Secara umum dapat disimpulkan bahwa proses kreatifitas desain Burat Kriasta dalam memvariasikan produknya terbagi menjadi dua, yaitu **Penemuan Sendiri (Orisinal)**, dan **Adopsi Inovasi**.

#### **1. Penemuan Sendiri (Orisinal)**

Untuk penemuan desain kreatifitas yang orisinal buatan sendiri, biasanya Burat

menemukan ide-ide kreatifnya dari hasil melihat dan mengamati bentuk-bentuk lingkungan sekitarnya, yang mana bisa dimanfaatkan dan orang lain mungkin tidak akan berfikir bahwa bentuk itu dapat difungsikan. Dimana bentuk tersebut bisa dimanfaatkan dan bentuknya juga mendukung untuk menjadi benda yang fungsional, Seperti: organ manusia, bagian tubuh manusia, bunga-bunga, tumbuh-tumbuhan, dan hewan. Jadi tidak sembarang bentuk dapat diaplikasikan kedalam bentuk benda fungsional. Dibutuhkan daya kreatifitas yang tinggi untuk dapat menganalisa bentuk-bentuk mana saja yang dapat dikembangkan menjadi barang fungsional. Burat kriasta juga gencar mengikuti perkembangan zaman, apa yang sedang *trend* juga di kembangkan oleh Burat seperti *angry bird*, dsb.

Selain memiliki kekhasan dan keunikan bentuk yang juga sangat identik dengan karakteristik umum dari hasil produksi Burat Kriasta, yang paling utama adalah bahwa seluruh hasil produksi Burat Kriasta tetap mengutamakan dari fungsi hasil karya mereka. Dalam artian, jika hasil produksi berupa *mug*, *mug* tersebut harus tetap bisa dipergunakan sebagaimana mestinya untuk minum. Burat Kriasta selalu berusaha memberikan aksan yang berbeda dengan rumah produksi lainnya

## 2. Adopsi Inovasi

Tuntutan pasar dan barang yang sedang banyak dicari-cari oleh konsumen tentu mengikuti trend yang sedang berkembang sesuai dengan kemajuan zaman. Selera konsumen ini sifatnya berubah-ubah dan tidak menentu hal ini dikarenakan konsumen mudah merasa bosan dan cenderung memilih sesuatu yang unik dan masih jarang orang yang memiliki. Trend di pasaran inilah yang menjadi ide awal Burat Kriasta dalam pembuatan desain-desain yang kreatif. Cara Burat Kriasta mengetahui produk mana yang trend dipasaran ialah dengan melihat pesanan-pesanan yang banyak masuk ke Burat Kriasta, bentuk itulah yang sedang trend di pasaran.

Dalam proses pengayaan keberagaman bentuk produk dengan cara adopsi inovasi ini

Burat Kriasta melakukan pengembangan bentuk pesanan dari konsumen terlebih dahulu agar produk itu menjadi lebih menarik dan diminati oleh konsumen. Burat Kriasta dalam proses penciptaan kreatifitas produk melalui adopsi inovasi desain dari pelanggan ini tidak serta merta semua desain dari pelanggan diproduksi, Burat hanya memproduksi produk yang memiliki prospek pasaran yang baik, dimana jika benda tersebut diproduksi secara massal akan laris dipasaran.

## Variasi dalam Glasir

Burat Kriasta tidak hanya berkreasi dalam bentuk keramik saja, akan tetapi Burat Kriasta juga bervariasi dengan warna glasir mereka. Dikarenakan Ibu Tin selaku pemilik Perusahaan Burat Kriasta sendiri yang meracik ramuan glasir maka dari itu Burat Kriasta dapat sering melakukan eksperimen glasir yang akhirnya berhasil menemukan warna-warna baru dengan berbagai takaran dan racikan tertentu sehingga menghasilkan warna yang berbeda dan lebih unik dari yang lainnya.

Pada dasarnya, semua industri pasti memiliki resep sendiri dan tentu saja resep tersebut menjadi rahasia dapur rumah produksi tersebut, begitu juga dengan resep yang dimiliki Burat Kriasta.

Setelah beberapa kali melakukan percobaan untuk menemukan warna yang unik, Burat Kriastapun akhirnya menemukan racikan glasir dengan warna doff. Warna doff ini merupakan warna yang sedang banyak digandrungi. Warna doff ini terkesan lebih kalem dan elegan ketika dilihat oleh mata, hal itu lah yang membuat warna doff lebih digemari.

Berangkat dari hal tersebut Burat Kriasta terus berkreasi untuk mencoba menciptakan warna glasir doff. Akhirnya Burat Kriasta berhasil menciptakan warna doff ini dengan ramuan yang dirahasiakan. Yang membedakan warna doff dan warna glossy ini adalah pada ramuan glasir dan suhu bakarnya. Burat Kriasta dengan terus berkreasi akhirnya mampu menciptakan warna yang unik yang sulit untuk ditiru, dan tentu saja banyak peminatnya.

## Strategi Menghadapi Persaingan Global

Di saat krisis global mereduksi jaringan pemasaran di level mancanegara membuat produk-produk kerajinan yang dihasilkan oleh Burat Kriasta disamping harus bersinergi seiring dengan selera masyarakat domestik yang selalu berubah-ubah, juga harus bersaing dengan produk sejenis dari industri besar dan sedang. Oleh sebab itu Burat Kriasta mencari alternatif untuk menghasilkan produk inovatif dan bervariasi, mulai dari pernak-pernik kecil untuk souvenir (biasanya untuk souvenir pernikahan), hiasan, bahkan benda fungsional yang mereka gayakan dengan kreatifitas mereka sendiri, dan masih banyak produk lain lagi yang dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan masyarakat dalam negeri.

Di era persaingan global ini Burat lebih menitik beratkan untuk lebih memfokuskan perkembangan produk yang berorientasi pasar dalam negeri saja, Burat lebih memfokuskan untuk persaingan di dalam negeri karena Burat sadar jika mereka bersaing di pangsa pasar ekspor mereka akan sangat kesusahan baik itu dari segi modal, tenaga kerja, bahan baku, dan lain sebagainya.

Strategi Burat Kriasta dalam menyiasati sulitnya pemasaran dan persaingan produk keramik industri kecil orientasi ekspor di era persaingan global ini adalah dengan melakukan perubahan pola produksi, hal ini terkait dengan perkondisian saat ini dimana Burat Kriasta dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan yang dihadapi agar usahanya dapat terus *eksis*. Saat ini dalam perkembangannya Burat Kriasta mulai beralih membuat produk keramik yang diorientasikan untuk pasar domestik, hal ini dilakukan karena melihat peluang pasar domestik masih sangat terbuka dan potensial.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Strategi yang diterapkan Industri Burat Kriasta Desa Mrisi, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, dalam mengolah bahan baku

secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Burat Kriasta memilih menggunakan tanah liat Sukabumi di dalam proses produksinya, tanah liat Sukabumi ini merupakan tanah liat endapan (sekunder) yang memiliki sifat berbutsir halus dan lebih plastis. Karena memiliki plastisitas yang tinggi kekuatan dari *body* tanah liat Sukabumi ini kurang dan cukup riskan bila digunakan untuk membuat produk-produk dengan ukuran besar, beranjak dari hal tersebut Burat menyiasatinya dengan menambahkan kaolin dan tanah liat Singkawang agar *body* dari keramik tersebut lebih kuat.

Dalam menghadapi persaingan global dewasa ini Burat kriasta membutuhkan tenaga kerja yang fleksibel, inovatif, berpengalaman, dan kompak dalam tim. Untuk mendapatkan tenaga kerja seperti itu strategi yang Burat lakukan ialah dengan mempertahankan para tenaga kerja yang ada. Dengan tidak adanya pergantian keluar masuk tenaga kerja diharapkan tenaga kerja yang ada akan lebih mengerti dan paham tentang Perusahaan Burat luar dalam sehingga lebih fleksibel, lebih berpengalaman, dan tentunya akan lebih kompak dalam bekerja karena sudah saling mengenal. Adapun untuk mempertahankan tenaga kerjanya Burat Kriasta memberlakukan prinsip kekeluargaan, Burat lebih memilih kata “tolong” dari pada kata-kata “perintah”. Kemudian untuk menyiasati timbulnya rasa kebosanan dan kelelahan kerja yang dirasakan oleh tenaga kerja, upaya yang dilakukan ialah dengan menyertakan musik pada saat sedang berlangsungnya proses produksi.

Adapun strategi yang digunakan Burat Kriasta untuk memenangkan persaingan dan meraih pangsa pasar di era persaingan global dewasa ini ada tiga (3) kunci yaitu variasi produk, menyikapi pesaing usaha, dan fokus pemasaran. Strategi pertama, untuk memenangkan persaingan dan meraih pangsa pasar di era global ini diperlukan kreatifitas yang tinggi untuk menemukan ide-ide desain yang baru, cara Burat Kriasta untuk memvariasikan produknya terbagi menjadi dua yaitu “penemuan sendiri” dan “adopsi inovasi”. Penemuan sendiri adalah desain yang murni diciptakan oleh Burat Kriasta, sedangkan adopsi inovasi adalah penciptaan desain-desain yang diambil dari permintaan pasar yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa.

Strategi yang kedua ialah Burat Kriasta menjadikan pesaing industri sejenis di sekitar sebagai “rekan” bukan “rival”, dalam hal ini Burat menjadikan industri rekanan untuk saling membantu dalam proses produksi dan mencari orientasi pasaran. Kemudian strategi yang ketiga ialah Burat lebih menitik beratkan untuk lebih memfokuskan perkembangan produk yang berorientasi pasar dalam negeri, karena dirasa bahwa peluang pangsa domestik untuk produk keramik masih sangat terbuka di era persaingan global ini. Dari pada pasaran dalam negeri di kuasai perusahaan luar, akan lebih baik jika dapat lebih menitik beratkan persaingan di dalam negeri sendiri, dan memenangkan persaingan di dalam negeri sendiri.

### Saran

Setiap karya-karya yang lahir dari buah pikir yang cemerlang dari Burat Kriasta perlu di akui dan dilindungi. Untuk itu sistem HaKI atau HKI diperlukan sebagai bentuk penghargaan atas hasil karya (kreativitas) nya. Disamping itu sistem HKI menunjang diadakannya sistem dokumentasi yang baik atas segala bentuk kreativitas manusia sehingga kemungkinan dihasilkannya karya lainnya yang sama dapat dihindari atau dicegah.

Bagi para pelaku bisnis sebaiknya mendaftarkan hak paten desainnya sehingga bisnis yang dimiliki terlindung oleh hukum serta mengurangi adanya pelanggaran hak kekayaan intelektual yang dilakukan oleh pihak lain. Selain itu pelaku bisnis diharapkan memiliki rasa yang kreatif dan inovatif sehingga menciptakan ide-ide desain yang baru tanpa melakukan peniruan dari desain yang telah ada mengingat kerugian-kerugian yang didapatkan apabila praktik pelanggaran HKI tetap dilaksanakan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, Gatot., dkk. 2008. *Kriya Keramik untuk SMK Jilid 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Guntur. 2005. *Keramik Kasongan: Konteks Sosial dan Kultur Perubahan*. Wonogiri: Bina Citra Pustaka.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.

Reviewer,



Ismadi, S.Pd., M.A  
NIP 19770626 200501 1 003

Yogyakarta, 6 September 2016

Pembimbing,



Muhajirin, S.Sn., M.Pd.  
NIP 19650121 199403 1 002