

ANALISIS PERILAKU PRODUSEN DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK BERBASIS KEARIFAN LOKAL TANGERANG SELATAN

Iskandar Zulkarnain^{*)}, Hestu Nugroho W.^{**)}

Email: dosen01748@unpam.ac.id, dosen01848@unpam.ac.id

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU PRODUSEN DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK BERBASIS KEARIFAN LOKAL TANGERANG SELATAN. Pembahasan tentang perilaku seorang produsen digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah usaha yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan dalam memproduksi kebutuhan-kebutuhan konsumennya. Sehingga produsen dapat melakukan pengambilan keputusan mengenai seberapa banyak peralatan produksi dan jumlah tenaga kerja untuk memenuhi permintaan konsumen-konsumennya terhadap produk yang dihasilkan. Secara garis besar, perilaku produsen dapat dijelaskan melalui 3 komponen yaitu ; *personal service* berkaitan dengan kejujuran seorang produsen, kedua kemampuan komunikasi yang lebih cenderung penggunaan tutur kata yang santun seorang produsen, dan yang ketiga ESQ yaitu seorang produsen sepatutnya memiliki kecerdasan mengelola emosi dan kecerdasan spiritual. Dengan melakukan tiga langkah tersebut, maka seorang produsen secara otomatis akan memberikan *service excellence* kepada para konsumen dan pelanggan. Pelayanan prima yang diharapkan seorang produsen tidak hanya pada aspek *profit oriented* melainkan juga *people oriented*. Ketiga konsep tentunya akan mempengaruhi pemberdayaan produk berbasis kearifan lokal Tangerang Selatan mulai dari tingkat daerah sampai tingkat pusat. Produk lokal Tangerang Selatan yang masih eksis sampai sekarang di antaranya yaitu batik, jeruk baper, dodol, dan masih ada beberapa produk lokal lainnya yang perlu dipertahankan.

Kata kunci: *Perilaku Produsen, Produk Lokal*

ABSTRACTS

ANALYSIS OF MANUFACTURER'S BEHAVIOR IN DEVELOPING PRODUCTS BASED ON LOCAL AUTHORITY OF SOUTH TANGERANG. Producent behavior is being discussed to know how far is a business owned by an individual or company in producing the needs of costumers. So producent can make decisions about how much is production equipments and the number of workers to meet the demands of costumers for the produced products. Generally, producent behavior can be explained through 3 components namely; *personal service* relates to the honesty of a producent, the second is communication skills which concern to use polite speech of a producent, and the third is ESQ, which is a producent should have been a emotional intelligence management and a spiritual intelligence. Through the steps, a producent will automatically provide *service excellence* to costumers. Excellent service that is expected by a producent is not only on profit oriented aspect but it also focuses on people oriented. Those three concepts will certainly influent the power of local based product starting from the regional level to the central level. South Tangerang local products should still be exist are batik, baper orange, dodol, and there are still a number of other local products that need to be maintained.

Keywords : *Producent Behaviour, Local Product*

^{*)} dan ^{**)} Dosen Universitas Pamulang

I. PENDAHULUAN

A. Dasar Pemikiran

Dalam organisasi perusahaan kita tidak akan bisa lepas dari ruang lingkup ekonomi karena salah satu tujuan perusahaan tersebut didirikan adalah agar mendapatkan suatu keuntungan dalam segi ekonomi, oleh karena itu perilaku produsen adalah salah satu ruang lingkup ekonomi yang patut kita pelajari agar tujuan dari organisasi perusahaan dapat terpenuhi. Salah satu bagian dari ruang ekonomi adalah memperlakukan kemampuan produsen, pada saat menggunakan sumber daya (input) yang ada untuk menghasilkan atau menyediakan produk yang bernilai maksimal bagi konsumennya. Pembahasan tentang perilaku produsen inilah yang kemudian diangkat sebagai tema untuk melihat sejauh mana sebuah perusahaan dalam memproduksi kebutuhan konsumen-konsumennya. Sehingga kendala pada pengambilan keputusan seberapa banyak peralatan produksi dan jumlah tenaga kerja untuk memenuhi permintaan konsumen-konsumennya. Kehidupan tentunya sangat dekat dengan kegiatan proses jual beli. Bahkan, bisa dikatakan bahwa jual beli merupakan salah satu hal yang selalu dilakukan manusia setiap harinya. Di dalam proses tersebut, ada yang namanya penjual/seller, ada juga yang merupakan pembeli/konsumen atau juga bisa disebut buyer. Dua peran tersebut sangat penting dalam terjadinya pertukaran barang/jasa dengan uang. Selain penjual dan konsumen, ada satu peran lagi yang sangat mempengaruhi kelancaran proses jual beli yaitu produsen. [1] Ada perbedaan makna yang jelas antara produsen dan produksi. Produsen adalah pihak yang berperan dalam menaikkan nilai guna suatu barang atau jasa sehingga dapat menghasilkan barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan produksi merupakan kegiatan mengubah suatu bahan/jasa baku atau sumber daya alam menjadi suatu barang sehingga berguna bagi konsumen. Dengan menjadikan barang tersebut berguna, nilai jual dari barang/jasa tersebut akan semakin tinggi.

Adapun peran dan fungsi produsen secara ringkas adalah: [2]

1. Menjadi koordinator dari seluruh faktor produksi (tenaga kerja, tanah, sumber daya alam, modal, bahan baku).
2. Berinisiatif untuk menciptakan berbagai inovasi baru termasuk di dalam Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK).
3. Mengambil keputusan untuk setiap kebijakan bisnis
4. Menganalisa situasi ekonomi secara keseluruhan
5. Mampu menetapkan jenis barang apa yang ingin dibuat, bagaimana cara paling efisien membuatnya, siapa yang terlibat dalam proses produksi, dan mangsa pasar.

Motivasi produsen seharusnya sejalan dengan tujuan produksi dan tujuan kehidupan produsen itu sendiri. Selanjutnya dijelaskan faktor perubahan perilaku secara signifikan dikelompokkan menjadi tiga yaitu : (1) Perubahan Alamiah, (2) Perubahan Terencana dan yang ke (3) Ketersediaan untuk berubah.

Produsen dapat diibaratkan sebagai pelari pertama dalam sebuah perlombaan lari estafet karena merekalah yang pertama kali mengolah bahan menjadi suatu barang yang berguna. Jadi, kualitas suatu barang yang beredar di masyarakat luas merupakan tanggung jawab dari produsen. Untuk itulah, perilaku produsen harus didasari oleh nilai-nilai yang ingin menjadi dampak positif bagi orang lain. Dalam kegiatan produksi terdapat skema produksi seperti pada gambar diatas. Skema yang pertama adalah bahan input apa yang akan di proses, setelah input selesai maka terjadi proses perubahan bentuk atau perubahan nilai guna barang atau jasa, setelah proses selesai kemudian akan

muncul outputnya yaitu suatu barang atau jasa yang bisa dijual atau dipasarkan kepada distributor untuk didistribusikan kepada konsumen atau dari produsen langsung didistribusikan kepada konsumennya. [5]

Seperti dalam produksi Air minum dalam kemasan atau Air mineral yang diproduksi oleh sebuah perusahaan yang tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia yaitu *Aqua*. Perusahaan tersebut mengambil air dari mata air murni di Babakan Pari, Gunung Salak. Kemudian mereka proses mata air tersebut dengan langkah-langkah yang telah menjadi prosedur perusahaan tersebut agar kualitas air menjadi lebih layak untuk dikonsumsi. Setelah proses selesai lalu keluarlah outputnya atau hasil dari proses tersebut yaitu air mineral dalam kemasan yang siap didistribusikan ke konsumen dan distributor. Namun dalam perilaku produsen, tidak hanya skema diatas yang dijalani tetapi banyak proses lain yang harus dijalani agar tercapai tujuan dari perusahaan tersebut, antara lain menghitung berapa *maksimal barang* yang dapat dihasilkan atau diproduksi dengan biaya seminimal mungkin sehingga terjadi keuntungan maksimal dalam perusahaan. Contoh perilaku produsen : [6]

1. Produsen mencari keuntungan dengan menghasilkan barang atau jasa sebanyak-banyaknya dengan modal yang seminimum mungkin.
2. Produsen memberikan Diskon kepada pembeli atau konsumen yang membeli barang dalam jumlah yang banyak yang telah diakantentukan produsen itu sendiri.
3. Produsen mematok biaya produksi berdasarkan faktor input produksi tersebut, sehingga ketika harga salah satu faktor input naik, maka harga jual hasil produksi pun akan ikut naik.
4. Selain produsen menghasilkan barang atau jasa sesuai kebutuhan konsumen, produsen juga menghasilkan barang atau jasa sesuai trend atau sesuatu yang sedang banyak diminati oleh masyarakat.
5. Produsen juga mengadaptasi isu global atau keadaan sosial yang sedang terkenal saat itu untuk memasarkan barang atau jasa yang mereka jual.
6. Produsen juga memberikan diskon besar-besaran untuk barang yang sudah lama disimpan di gudang atau biasa disebut cuci gudang.

Dalam mengenal Produsen kita perlu mempelajari perilaku produsen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Suatu metode didefinisikan sebagai suatu wakil realitas yang di sederhanakan. Model perilaku produsen dapat didefinisikan sebagai suatu sekema atau kerangka kerja yang di sederhanakan untuk menggambarkan aktivitas-aktivitas produsen. Model perilaku produsen dapat pula di artikan sebagai kerangka kerja atau suatu yang mewakili apa yang di yakinkan Produsen dalam mengambil keputusan menjual dan mencari keuntungan Adapun yang mempengaruhi factor-faktor perilaku produsen yaitu :

1. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok panutan dan keluarga.
2. Kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan.

Sedangkan tujuan dan fungsi modal perilaku produsen sangat bermanfaat dan mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai perilaku produsen. Menganalisis perilaku produsen akan lebih mendalam dan berhasil apa bila kita dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan. Dengan demikian berarti pula keberhasilan pengusaha, ahli pemasaran, pimpinan toko dan pramuniaga dalam memasarkan suatu produk yang membawa kepuasan kepada konsumen dan diri pribadinya.



Proses yang mentransformasikan input menjadi output Proses ekonomi yang menggunakan sumber daya untuk menghasilkan komoditas yang dapat dipertukarkan (exchange) Kegiatan yang menciptakan manfaat (utility) baik di masa kini maupun di masa mendatang Produksi tidak berarti menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada. Produksi hanyalah membuat barang-barang menjadi berguna.

Prinsip pokok konsumsi harus tercermin dalam sistem produksi negara Islam Prinsip kesejahteraan ekonomi dalam konsep Islam tidak dapat mengabaikan pertimbangan kesejahteraan umum yang menyangkut moral, pendidikan, agama, dsb. Fungsi daya guna: $Y = Y(F, G)$ di mana: F = tingkat keuntungan G = pengeluaran untuk sedekah. Memang produk lokal Tangsel belum begitu menggema namanya di Indonesia, ternyata keberadaan produk lokal Tangsel, batik misalnya Tangsel sangat menjadi primadona di luar negeri. Salah seorang produsen telah berkali-kali mempromosikan batik Tangsel dengan mengikuti berbagai pameran yang diadakan di luar negeri dan hasilnya sangatlah memuaskan bahkan pernah menjadi pengrajin batik yang terlaris di pameran. Bahkan karya miliknya sudah pernah mengikuti pameran yang diadakan di Jepang hingga 7 kali, ke Tiongkok sudah 9 kali dan juga Australia tepatnya di Canberra dan Melbourne. Dan yang lebih menggembirakan kabar terbaru yang datang dari Jerman lebih tepatnya di Bremen. Nama Batik Tangsel memang masih kalah dengan batik dari Jawa dan perlu dilakukan sosialisasi serta promosi batik Tangsel lebih besar lagi. Hal ini sebenarnya sudah mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah kota Tangsel dengan memberikan bimbingan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tangsel. Hal tersebut yang menjadi dasar pemikiran pentingnya mengembangkan produk Tangsel dilihat dari aspek perilaku produsen. Perilaku produsen Tangsel yang akan diteliti lebih dalam untuk memberdayakan produk lokal Tangsel sehingga kedepan semua konsumen dapat menikmati pelayanan prima dari produsen.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak melebar terlalu jauh, maka peneliti melakukan pembatasan masalah, agar penelitian fokus dan hasil penelitiannya sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti. Berikut beberapa fokus permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Perilaku produsen produk berbasis kearifan lokal Tangerang Selatan
2. Kriteria dan indikator perilaku produsen produk berbasis kearifan lokal Tangerang Selatan ; dan
3. Mengembangkan produk berbasis kearifan lokal

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola perilaku produsen dalam mengembangkan produk berbasis kearifan lokal Tangerang Selatan ?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku produsen dalam upaya mengembangkan produk berbasis kearifan lokal Tangerang Selatan ?
3. Bagaimanakah upaya pemkot dan produsen dalam mengembangkan produk berbasis kearifan lokal Tangerang Selatan ?.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis jenis perilaku produsen Tangerang Selatan
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku produsen Tangerang Selatan



3. Menganalisis bagaimana upaya pemerintah kota dan produsen Tangerang Selatan mengatasi keterbelakangan perilaku produsen Tangerang Selatan dalam mengembangkan produk lokal

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku

Berikut ini merupakan pembahasan tentang Perilaku berasal dari kata “peri” dan “laku”. Peri berarti cara berbuat, dan laku berarti perbuatan, kelakuan, cara menjalankan. Belajar dapat didefinisikan sebagai satu proses dimana suatu organisasi berubah perilakunya sebagai akibat pengalaman.

- a. perilaku yang alami (innate behaviour), yaitu perilaku yang ada sejak makhluk dilahirkan dapat berupa refleks/ gerakan yang dilakukan secara otomatis dan insting/ pola perilaku secara turun menurun yang sudah ada sejak lahir.
- b. perilaku operan (operant behaviour) yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar.

Sedangkan Perilaku menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi yang terjadi pada individu terhadap rangsangan atau lingkungannya. Dari sisi kemanusiaan, perilaku manusia adalah semua kegiatan manusia, baik yang diobservasi langsung maupun yang tidak langsung oleh pihak pengamat (Notoatmodjo, 2003). Hal ini berarti bahwa perilaku terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan. Dengan demikian suatu rangsangan tentu akan menimbulkan perilaku tertentu pula.

2. Produsen

Produsen adalah perorangan atau badan usaha yang menghasilkan barang maupun jasa untuk dijual untuk memperoleh penghasilan. Lebih lanjut produsen dari definisi diatas maka dibedakan menjadi 2 yaitu, Perorangan adalah seseorang yang melakukan usahanya secara diri sendiri. Sedangkan badan adalah sekelompok orang yang melakukan sebuah usaha secara bersama – sama baik di bawah naungan badan hukum maupun bukan badan hukum. Badan hukum contohnya koperasi, perseroan terbatas dan yayasan, sedangkan yang bukan badan hukum contohnya firma. Sedangkan produsen menurut kamus besar bahasa Indonesia didefinisikan penghasil barang. Jadi dari definisi yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa orang atau badan usaha yang menjalankan kegiatan untuk mendapatkan keuntungan atas barang atau produk yang dihasilkan.

3. Produk Lokal

Menurut Sudaryatmo memang belum ada pengertian yang jelas dari kata produk lokal. Namun setidaknya ada empat acuan bisa digunakan untuk mengkategorikan sebuah produk merupakan produk lokal atau bukan. Keempat acuan itu adalah jika suatu produk terbuat dari bahan yang berasal dari dalam negeri, tenaga kerjanya berasal dari dalam negeri, produk tersebut menggunakan merk lokal dan terakhir adalah kepemilikan perusahaan. Kata Sudaryatmo, bisa disimpulkan suatu produk dapat dikatakan produk lokal jika memenuhi salah satu atau bahkan keempat acuan tersebut sekaligus.

a. Batik Tangerang Selatan

Wilayah Tangerang Selatan pun memiliki batik-batik khas yang memiliki ciri kekayaan budaya masyarakat di Tangerang Selatan. Namun sayangnya belum banyak

masyarakat yang tinggal di wilayah Tangerang Selatan yang mengetahui Kota Tangerang Selatan memiliki batik etnik yang sudah merambah ke berbagai negara.

Batik Ethnic Sekar Purnama telah eksis sejak tahun 2005 yang memiliki ciri khas batik tulis dan cap dengan motif flora, fauna dan budaya Banten. Bermula dari pameran di Tokyo, Jepang, tahun 2005 dan 2006, dimana hasil perpaduan desain, warna, nuansa dan tema pada batik kreasinya menarik perhatian pengunjung pameran yang kala itu itu kebanyakan terdiri dari para diplomat asing dan keluarga istana Kekaisaran Jepang. Tidak hanya Jepang, batik-batik kreasinya ternyata juga telah merambah ke China, Eropa dan Australia dan negara-negara ASEAN. Di dalam negeri batik-batik kreasi Batik Ethnic Sekar Purnama digunakan sebagai busana resmi pada MTQ Nasional ke-22 di Propinsi Banten. Disamping itu juga, Neity pernah merancang batik bagi mantan presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), serta berbagai pejabat dan tamu-tamu dari berbagai negara. Menurut Neity, Batik khas Tangerang Selatan memiliki 7 motif utama, yaitu:

- 1) Blandongan : merupakan sebuah ikon Kota Tangerang Selatan yang merupakan lambang masyarakat yang harmonis penuh kekeluargaan.
- 2) Pesona Anggrek : mengangkat keindahan bunga anggrek sekaligus menonjolkan potensi Tangsel sebagai sentra produksi bunga anggrek dan dijadikan kebanggaan dan ikon Kota Tangerang Selatan.
- 3) Situ Gintung : motif yang menggambarkan flora yang tumbuh subur di Situ Gintung.
- 4) Ondel-Ondel : motif yang menggambarkan budaya Betawi yang merupakan bagian tak terpisahkan dari Kota Tangsel.
- 5) Debus : motif yang menggambarkan budaya khas Banten yang penuh keajaiban.
- 6) Lereng Jawara : Golok adalah aksesori khas jawara Banten tempo dulu, dimana Kota Tangsel berada.
- 7) Albantani : Motif Albantani diambil dari motif keramik pada situs peninggalan Kesultanan Banten Lama.



Gambar 1.1 : Batik Khas Tangerang Selatan

b. Dodol

Dodol pada dasarnya merupakan makanan olahan yang terbuat dari tepung beras dan gula dan bermanfaat sebagai sumber karbohidrat. Energi dari sepotong dodol dapat menjadi pengganti coklat jika kita sedang menghindari coklat tapi ingin makan yang manis-manis. Dan dodol ini juga merupakan produk lokal dari Tangerang Selatan. Dodol ini bernama Boga Rasa. [7]

c. Jeruk Baper

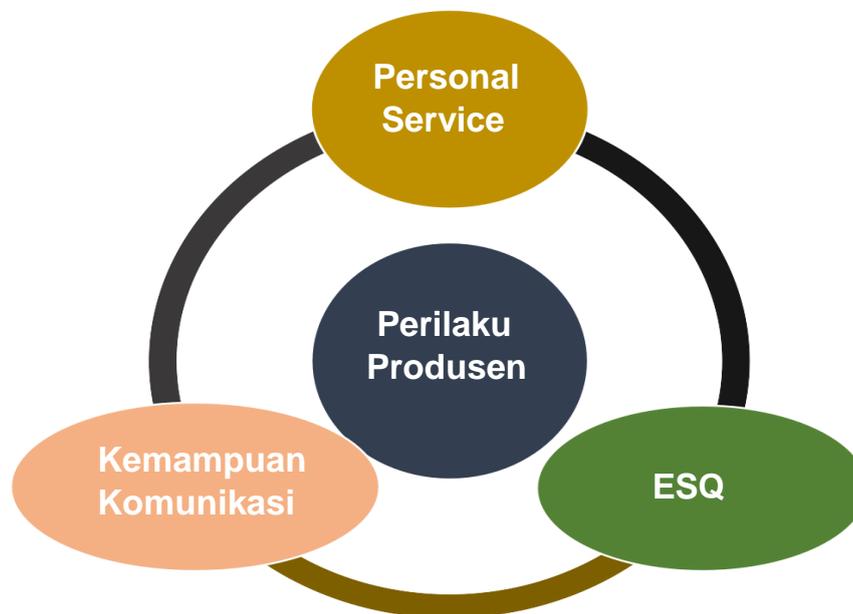
Jeruk Baper adalah produk Lokal dari Tangerang Selatan dikemas dengan desain yang menarik, dan bahannya dari jeruk baby yang merupakan produk minuman jeruk

yang disajikan secara fresh, tanpa pengawet, tanpa campuran air dan tanpa gula. Serta produk ini menawarkan peluang bisnis bagi masyarakat yang ingin berbisnis pada produk minuman lokal yang berasal dari Tangerang Selatan. [8]

4. Perilaku Produsen

Teori perilaku produsen ialah suatu teori yang menjelaskan bagaimana tingkah laku/perilaku produsen untuk menghasilkan produk secara efisien dalam kegiatan produksinya. Produsen berusaha untuk menghasilkan produk secara baik dengan mengatur penggunaan faktor produksi yang dimilikinya.

Pembahasan tentang perilaku seorang produsen digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah usaha yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan dalam memproduksi kebutuhan-kebutuhan konsumennya. Sehingga produsen dapat melakukan pengambilan keputusan mengenai seberapa banyak peralatan produksi dan jumlah tenaga kerja untuk memenuhi permintaan konsumen-konsumennya terhadap produk yang dihasilkan. Secara garis besar, perilaku produsen dapat dijelaskan melalui peta konsep berikut ini ;



Gambar 2.1 : Perilaku Produsen:

Perilaku Produsen Dari Tabel diatas Perilaku Produsen meliputi:

- a. Personal Service : Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang diakui oleh orang lain yang berada disekitarnya.
- b. ESQ : *Emotion Quetiont* : Kecerdasan emosional merupakan kemampuan individu untuk mengenal emosi diri sendiri, emosi orang lain, memotivasi diri sendiri, dan mengelola dengan baik emosi pada diri sendiri dalam berhubungan dengan orang lain (Golleman, 1999). Dan *Spiritual Quetiont* : bukunya berjudul "Spiritual Intelligence : the Ultimate Intellegence, Danah Zohar dan Ian Marshall mengklaim bahwa SQ adalah inti dari segala intelegensia. Kecerdasan ini digunakan untuk menyelesaikan masalah kaidah dan nilai-nilai spiritual. Jadi dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa ESQ sebagai sarana yang digunakan untuk mencapai kehidupan yang sempurna dalam kegiatan / aktivitas yang dilakukan. Kemampuan Komunikasi : kemampuan untuk mengekspresikan pemikiran, perasaan, keinginan, melalui komunikasi verbal atau komunikasi non-verbal untuk memahami orang lain. [9]



III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan dengan mengamati dan menganalisis perkembangan perilaku produsen Tangerang Selatan yang bermukim di Jl. Flamboyan Manis F2 No.1, RT.4/RW.11, Rempoa, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412. Lokasi penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa perilaku Produsen yang tinggal di daerah tersebut memiliki kemampuan dalam mengembangkan produk batik Tangerang Selatan. Kedua, perilaku produsen Tangerang Selatan akan menentukan terwujudnya produk yang berbasis kearifan lokal. Perilaku Produsen Tangerang Selatan berpotensi menentukan masa depan Kota Tangerang Selatan dalam mengenalkan budaya kepada masyarakat secara luas baik di Indonesia maupun luar negeri.

B. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data lengkap dalam penelitian ini adalah lapangan (field research), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau di Lokasi penelitian yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di Lokasi tersebut. dalam penelitian ini kami melakukan penelitian kepada designer batik Pak Ian Adrian

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian. Dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi di pabrik krupuk pak tres dengan meneliti perilaku produsen yang berada di Rumah Batik Pak Adrian. [10].

3. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk memperoleh data. Sesuai dengan sumber data seperti yang dijelaskan diatas, maka dalam penelitian ini pengumpulan data dikumpulkan dengan cara ; [11]

4. Interview (wawancara)

Salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancarai tetapi dapat juga diberikan beberapa daftar pertanyaan untuk dijawab. Percakapan ini dilakukan oleh 2 pihak, yaitu pewawancara atau interview yang mengajukan pertanyaan dan wawancara atau interview yang memberi jawaban atas pertanyaan. Proses interview (wawancara) dilakukan oleh peneliti dengan jalan tanya jawab kepada designer batik Tangerang Selatan. Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejarah berdirinya perusahaan design batik Ian Adrian, tujuan berdirinya, motivasi yang digunakan, serta nilai-nilai yang terdapat dalam produksi batik Ian Adrian.

5. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan atau observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan atau observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data mengharuskan peneliti turun kelapangan mengamati hal-hal yang

berkaitan dengan biografi Batik Ian Adrian, tujuan pendirian design batik, motivasi yang digunakan serta nilai-nilai yang terdapat dalam rumah batik Ian Adrian.

6. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode induktif, yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dengan bertitik tolak dari pengamatan atas masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum. Disini peneliti mengamati peristiwa dilapangan yaitu dalam biografi pabrik kerupuk, tujuan pendirian, motivasi yang digunakan, serta nilai-nilai islam yang terdapat dalam produk batik Ian Adrian yang kemudian di bandingkan dengan teori perilaku produsen yang ada serta kemudian dianalisa dan akhirnya ditarik kesimpulan.

7. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan mencatat teori-teori dari buku-buku literatur, bacaan- bacaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti serta instansi-instansi lain yang terkait juga wawancara dengan pakar ahli terkait.

8. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang akan dilakukan pada kajian perilaku produsen kota Tangerang Selatan diawali dengan studi literatur untuk mengetahui indikator-indikator perilaku produsen. Setelah penentuan indikator dan tolak ukur untuk perilaku produsen kota Tangerang Selatan maka dilakukan survei data yang dibutuhkan melalui data kuisioner, pengolahan data, dan survei dan dilakukan analisa data lalu disimpulkan kondisi saat ini baik tantangan maupun hambatan. Setelah mengetahui kondisi tersebut maka akan dilakukan pelatihan pembentukan karakter berdasarkan standar kriteria perilaku produsen yang sedang diharapkan Tangerang Selatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data penelitian yang diperoleh dari data sekunder produsen yang kita butuhkan. Data sekunder penelitian ini berasal dari Biro Ketenagakerjaan wilayah analisis. Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu : [12]

- a. PDRB Kota Tangerang Selatan. Data ini diperoleh dari Biro Ketenagakerjaan Kota Tangerang.
- b. *Walk in Interview* (Wawancara Langsung) dengan produsen batik Tangerang Selatan, Masyarakat maupun Instansi yang terkait

IV. HASIL ANALISIS DATA

A. Hasil wawancara langsung

Hasil wawancara langsung dengan responden designer batik menjelaskan bahwa telah ditemukan relevansi antara perilaku produsen dengan pengembangan produk local khususnya batik Tangerang Selatan jenis perilaku produsen yang akan menjadi asset

terhadap proses pengembangan produk local Kota Tangerang Selatan, diantaranya: kejujuran, teknik komunikasi yang santun, kepekaan sosial, kecerdasan spiritual, 5. menjaga kepercayaan konsumen. Dengan perilaku tersebut para konsumen akan merasa puas dan diuntungkan transaksi dapat berjalan dengan baik dan lancar. [13]

B. Hasil wawancara tidak langsung

Dari hasil wawancara tidak langsung dengan pihak produsen batik Kota Tangerang Selatan ditemukan beberapa perilaku produsen yang menggambarkan ciri khas budaya lokal Kota Tangerang Selatan sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan dari produsen Kota Tangerang Selatan

Tabel 4.1 : Bagian-bagian perilaku produsen yang mempengaruhi berkembangnya produk local Kota Tangerang Selatan

No.	Perilaku Produsen	Produk Lokal Kota Tangerang Selatan	Tingkat Kepuasan Konsumen (10 - 100 %)
01	Excellent Service	Batik, Dodol, Jeruk Baper	80 %
02	SDM (Sumber Daya Manusia)		95%
03	Kecerdasan Spiritualitas		85%
04	Tingkat Sensitivitas Sosial		90%
05	Emotional Intelligent		70%

Berdasarkan tabel diatas dapat diterangkan bahwa para konsumen sangat antusias dengan perilaku produsen sehingga konsumen tingkat local sampai mancanegara tertarik membeli produk local khususnya batik Tangerang Selatan.

Setelah peneliti melakukan observasi jangka waktu selama beberapa bulan baik secara teori dan praktek dengan demikian peneliti menemukan ide maupun gagasan baru untuk ditelusuri kembali lebih dalam penelitian ini sehingga akan menciptakan teori pengetahuan yang baru dapat dipertanggungjawabkan dimasa yang akan datang. Selain itu penelitian ini dapat diteruskan dan dikembangkan secara teori dan praktek oleh generasi peneliti yang akan datang. Dalam dunia bisnis, penelitian ini tentang perilaku ini sangat diperlukan untuk mengelola dan menjalankan sebuah bisnis. Dengan perilaku produsen yang baik, secara otomatis bisnis akan lebih mudah berkembang. [14]

Yang menjadi target peneliti bahwa peneliti dapat memberikan kontribusi kepada semua lapisan masyarakat baik dikalangan non akademis dan akademisi. Dengan demikian hasil penelitian ini bermanfaat dan mendorong masyarakat untuk berwirausaha. [15]

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian secara teori maupun praktek dapat disimpulkan :

1. Adanya korelasi signifikan antara perilaku produsen dengan pemasaran produk Batik Tangerang Selatan.
2. Bahwasanya produk Batik Tangerang Selatan memiliki makna filosofi yang menggambarkan budaya Tangerang Selatan sehingga memiliki nilai jual terhadap konsumen local maupun manca negara.
3. Pemerintah Kota Tangerang Selatan bekerjasama dengan produsen produk local mengadakan pameran seperti *Fashion Show* untuk menarik minat konsumen.

B. Saran

1. Peneliti menyadari bahwa laporan penelitian ini banyak kelemahan dan kekurangan sehingga peneliti mengharapkan masukan yang positif untuk penyempurnaan penelitian ini
2. Hasil penelitian ini diupayakan dapat memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arthur, Diane.(2004), *Fundamentals of Human Resources Management.*, Publisher : American Association Management, New York.
- Budiyantoro (2017), *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*, Garuda Nusantara Press,
- Dwivedi., Yogesh K. (2017), *Advances in Smart Cities: Smarter People, Governance, and Solutions.*, Publisher : Taylor & Francis Incorporated.
- Edy Alva Tontowi (2012), *Produk Inovatif Desain Konsep, prototype dan HKI (Desain Industri Paten)*, Penerbit: Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Idrus Muhammad (2009), *Metodologi Penelitian Sosial*
- Myles., Gareth D.(1995), *Public Economics.*, Publisher : Cambridge University Press.
- Multifiah (2012), *Teori Ekonomi Mikro*, Penerbit: UB Press, Malang.
- Nur, M. Rianto Al Arif (2014), *Teori Mikro Ekonomi*, Penerbit: Kencana, Cetakan 2.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang dan Sarnowo Henry (2009), *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Teori dan Soal*, penerbit: Caps, Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2015), *Teori Perilaku Keorganisasian*, Penerbit : Caps Publishing,
- Zohar, Danah, *Spiritual Intelligence : The Ultimate Intelligence*, Publisher: Bloomsbury Paperbacks, 2012

Web-Site :

<http://maritzah-pusatsnackoleh2kotatangsel.blogspot.com/>), Dodol, diunduh pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 10.00 WIB

<http://www.jerukbaper.com/> diunduh pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 10.00 WIB