

PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS CLAY MAGNET TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT

Devi Agustina¹, Dian Sudiantini^{2*}, Freely Aldian Adam³, Kamilah Kanaya Azies⁴,
Muhammad Aldi Satrio⁵, dan Siti Aulia Iskandar⁶

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRACT

In this research, magnetic clay products have been made. This product can be marketed in various shops, such as souvenir shops, accessories shops, and various other marketplaces. This clay was developed so that it can produce new innovations that can be used to beautify the appearance of items made from aluminum, iron and the like, such as refrigerators, microwaves and air fryers. When making clay, creativity is needed to produce unique and attractive designs, as well as the quality of the materials used. From the research that has been carried out, the results obtained show that this product is an innovation and creativity regarding clay magnets which has a significant influence on people's buying interest. So, manufacturers need to continue to innovate and be creative to meet consumer needs and preferences.

Keywords: Magnetic Clay, Innovation, Creativity, Purchase Interest, Society

ABSTRAK

Pada penelitian ini telah dilakukan pembuatan produk clay magnet. Produk ini dapat dipasarkan pada berbagai toko, seperti toko souvenir, toko aksesoris, dan berbagai marketplace lainnya. Clay ini dikembangkan sehingga dapat menghasilkan inovasi baru yang dapat dipakai untuk memperindah tampilan sebuah barang yang berbahan alumunium, besi dan sejenisnya seperti kulkas, microwave, dan air fryer. Pada pembuatan clay, kreativitas diperlukan untuk menghasilkan desain yang unik dan menarik, serta kualitas material yang digunakan. Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa produk ini adalah sebuah inovasi dan kreativitas terhadap clay magnet yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat. Sehingga, produsen perlu terus berinovasi dan berkreasi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

Kata Kunci: Clay Magnet, Inovasi, Kreativitas, Minat Beli, Masyarakat

PENDAHULUAN

Semua orang ingin memiliki fitur keindahan dalam rumahnya tanpa terkecuali, sehingga orang-orang rela melakukan apa saja untuk mendapatkan fitur keindahan tersebut. Fitur keindahan juga memiliki beragam jenis tergantung pada konteksnya. Fitur

keindahan ini mencakup keindahan seni, arsitektur, atau apapun yang dianggap menarik atau estetis. Fitur Keindahan pada dasarnya adalah keindahan yang terdapat pada suatu hal, kualitas yang paling sering disebut adalah kesatuan (Unity), keselarasan (Harmony), kesetangkupan (Symetry), keseimbangan (Balance), dan kontras (Contrast). Selanjutnya dalam hal keindahan itu tersusun dari berbagai keselarasan dan pertentangan dari garis, warna, bentuk, dan kata-kata.

Salah satu contoh fitur keindahan dari segi seni yaitu adalah clay magnet, yang dimana clay dibentuk menyerupai makanan khas tradisional dan di bagian bawah clay tersebut ditempel dengan magnet yang berfungsi untuk menempel ke parabol berbahan alumunium. Clay magnet merupakan hiasan yang sudah mengalami modifikasi dari yang semula hanya berbentuk clay, kini menjadi hiasan yang dapat memberikan keindahan pada suatu benda, mulai dari desain dan warna.

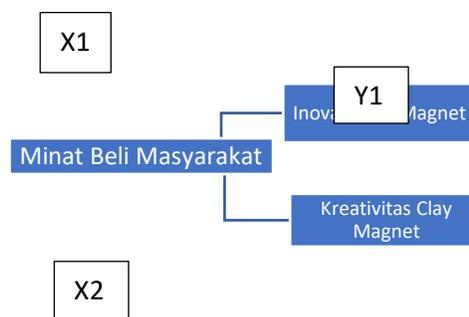
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana tujuan menggunakan pendekatan ini yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan mendapatkan data yang objektif. Pendekatan kualitatif adalah strategi penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam dan deskripsi detail tentang suatu fenomena. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang dialami.

Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari studi dokumen dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data terlebih dahulu melalui studi dokumen dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini dan setelah itu menyeleksi data mana yang akan diambil oleh peneliti. Data yang terpilih akan ditampilkan datanya dan memberikan kesimpulan kepada data tersebut.

Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari independent variable (variable bebas) dan dependent variable (variable terikat) yang dapat dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Model Penelitian

Variable Independent:

1. Inovasi Clay Magnet (X1)

Clay magnet harus terus diinovasikan secara berkala, agar terus dapat mengikuti perkembangan zaman. Mungkin saja clay magnet nanti tidak hanya digunakan untuk fitur keindahan, tetapi bisa untuk kepentingan hal lain.

2. Kreativitas Clay Magnet (X2)

Kreativitas harus selalu dikembangkan, agar produk Clay Magnet tidak berpatok pada bentuk dan fungsi basic saja. Semakin kreatif pikiran para seniman, maka semakin bagus pula karya yang dihasilkannya.

Variable Dependent:

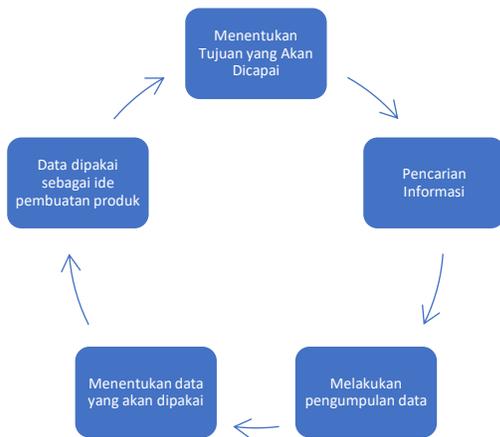
Keberhasilan variable Y bergantung pada kelancaran X1 dan X2. Minat beli Masyarakat sangat dipengaruhi oleh inovasi serta kreativitas Clay Magnet. Minat beli Masyarakat (Y) dicari dengan menggunakan metode interview ataupun mengumpulkan data melalui form.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini masyarakat banyak yang secara tidak sadar bahwa inovasi dan kreativitas itu sangat penting. Masyarakat yang inovatif dan kreatif cenderung lebih maju, sejahtera, dan mampu memecahkan masalah-masalah yang kompleks. Masyarakat dapat meningkatkan inovasi dan kreativitasnya dengan cara bekerja sama dengan orang lain yang kreatif dan inovatif sehingga dapat menciptakan sesuatu yang baru dan bermanfaat.

Clay magnet adalah mainan edukatif yang terbuat dari bahan dasar clay dan magnet. Clay magnet memiliki banyak manfaat seperti; meningkatkan kreativitas dan imajinasi seseorang, melatih motorik halus dan koordinasi tangan-mata, memperindah tampilan rumah. Clay magnet merupakan sebuah konsep baru dalam dunia kreativitas dan mainan.

Produk ini menggabungkan dua elemen, yaitu tanah liat (clay) dan sifat magnetic. Clay dibentuk hanya dengan menggunakan tangan tanpa roda pemutar. Proses pembuatan kerajinan clay meliputi pencampuran, pembentukan dan pengerasan. Produk kerajinan clay biasanya banyak dipesan untuk souvenir, kado maupun pajangan. Bahan pembuatan clay cukup murah, mudah didapat, dan dapat bertahan dalam waktu yang cukup lama. Adapun Langkah untuk terus mengembangkan produk:



Gambar 1.2 Langkah Pengembangan Produk

Clay magnet, atau magnet yang terbuat dari tanah liat, memiliki potensi besar untuk menarik minat beli masyarakat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Keunikan dan Kreativitas:

Clay magnet menawarkan keunikan dan kreativitas yang tidak ditemukan pada magnet biasa. Clay magnet dapat dibuat dengan berbagai bentuk, warna, dan pola yang unik dan menarik. Hal ini memungkinkan pembeli untuk mengekspresikan diri dan menambahkan sentuhan personal pada dekorasi rumah mereka.

2. Multifungsi dan serbaguna:

Clay magnet tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga dapat digunakan untuk berbagai keperluan lain, seperti:

- Menempelkan catatan, foto, dan dokumen di papan tulis atau kulkas
- Menandai kalender dan mencatat tugas
- Mengorganisir barang-barang kecil di rumah atau kantor
- Bermain permainan edukatif dengan anak-anak
- Membuat terapi fisik untuk membantu meningkatkan kekuatan tangan dan koordinasi tangan-mata

3. Harga yang Terjangkau:

Clay magnet umumnya memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan magnet lain di pasaran. Hal ini membuat clay magnet lebih mudah diakses oleh masyarakat luas.

4. **Tren dan Perkembangan:**
Clay magnet menjadi tren dekorasi rumah yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya orang yang tertarik dengan dekorasi yang unik dan personal.
5. **Kesadaran yang Semakin Meningkat:**
Kesadaran masyarakat terhadap manfaat clay magnet semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya informasi dan edukasi tentang clay magnet yang tersedia di media social, platform online, dan media tradisional.
6. **Potensi Bisnis yang Menjanjikan:**
Meningkatnya minat beli masyarakat terhadap clay magnet membuka peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha. Para pengusaha dapat memulai bisnis clay magnet dengan modal yang relatif kecil dan potensi keuntungan yang besar.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa variable inovasi dan kreatifitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli Masyarakat. Diketahui bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia lebih menyukai hal-hal unik ataupun lucu. Hal ini membuat para seniman ataupun pengusaha berlomba-lomba membuat suatu barang yang dapat menarik banyak minat Masyarakat. Hal baik ini terus kami kembangkan, sehingga terciptalah Clay Magnet, yang menurut kami dapat memikat hati Masyarakat. Clay magnet menawarkan keunikan dan kreativitas yang tidak ditemukan pada magnet biasa. Produk ini menggabungkan dua elemen, yaitu tanah liat (clay) dan sifat magnetic, Meningkatkan minat beli masyarakat terhadap clay magnet membuka peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha.

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat disampaikan saran kepada para seniman dan juga pengusaha dalam meningkatkan kreatifitas produk. Yaitu pertama, para seniman dan pengusaha harus lebih bisa meneliti minat beli Masyarakat Indonesia. Kedua, para seniman dan pengusaha sebaiknya terus berkolaborasi agar bisa mengembangkan produk baru yang dapat menarik minat Masyarakat. Ketiga, para seniman dan pengusaha sebaiknya lebih maksimal dalam mengembangkan produk-produk buatan Indonesia. yang relatif kecil dan potensi keuntungan yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abstrak, M. (2021). ESTETIKA KERAJINAN. Kerajinan pada clay. https://eprints.uny.ac.id/5019/1/Estetika_Kerajinan.pdf
- Arifin, S. R., Haryanto, R., & lain, M. (2021). Peran manajemen sumber daya manusia (msdm) melalui usaha mikro kecil dan menengah (umkm) untuk penguatan ekonomi. 18(3). <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/10070/1497>
- Budiyanto, A., Pamungkas, I. B., & Praditya, A. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN: ANALISIS BIBLIOMETRIK. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 133–142. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Conselor, T., Siti, :, & Sidiq, S. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SOVENIR DI OBJEK WISATA TANJUNG LAPIN DESA TANJUNG PINANG KECAMATAN RUPAT UTARA. In *JOM FISIP* (Vol. 5). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/18187/17565>
- Dwijio Wiyono, H., Ardiansyah, T., Rasul, T., & Bahasa dan Seni, F. (2020). KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BERWIRAUSAHA. 1(2), 2020. https://www.researchgate.net/publication/348506599_KREATIVITAS_DAN_INOVASI_DALAM_BERWIRAUSAHA/link/6001c900a6fdccdc85885e2/download?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnNoUGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uliwicGFnZSI6InB1YmxpY2FoaW9uln19
- Gerai, M., & Online, D. P. (2020). ANALISIS RENCANA PEMASARAN PRODUK CLAY. <https://core.ac.uk/download/pdf/35386055.pdf>
- Lestariningsih, W., Azahari, H., & Parwono, T. (2020). KENDALI: Economics and Social Humanities PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. https://www.researchgate.net/publication/373229419_PENGARUH_HARGA_DAN_KUALITAS_PRODUK_TERHADAP_MINAT_BELI_KONSUMEN
- Novitasari, N., & Sari, M. A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ONLINE DI MARKETPLACE. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 97–108. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2490>
- Pahira, S. H., & Rinaldy, R. (2023). Pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(03), 810–817. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i03.882>
- Pangarso, A., Setiawan, Z., & Simarmata, N. (2023). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA: Kumpulan Teori & Contoh Penerapannya. <https://www.researchgate.net/publication/371256092>
- Patriansah, M., Prasetya, D. D., & Juli, D. (2021). ESTETIKA MONROE BARDSLEY, SEBUAH PENDEKATAN ANALISIS INTERPRETASI TERHADAP LUKISAN YUNIS MULER Abstrak Sejarah Artikel. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi>

Pengampu, D., & Fachrurazi, H. (2022). MAKALAH TEORI KREATIVITAS DAN PRINSIP-PRINSIPNYA SERTA INOVASI.
https://www.academia.edu/88379662/Teori_Kreativitas_Dan_Prinsip_Prinsipnya_Serta_Inovasi