

**LITERASI EKONOMI DAN LITERASI DIGITAL: STUDI KASUS PADA
PENGRAJIN PERAHU PHINISI DI KECAMATAN BONTOBahari
KABUPATEN BULUKUMBA**

Alfian Pratama Jafar¹, Muhammad Dinar², Muahammad²

- 1) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar
- 2) Dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar

E-mail: alfira.pratiwi1688@gmail.com

ALFIAN PRATAMA JAFAR, 2019. “Literasi Ekonomi dan Literasi Digital: Studi Kasus pada Pengrajin Perahu Phinisi di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba” Skripsi. Dibimbing Oleh Muhammad Dinar, S.E, M.S. Dan Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd. Dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Literasi Ekonomi dan Literasi Digital pada pengrajin perahu phinisi dan untuk mengetahui pendapatan dan pemanfaatan media digital pada pengrajin perahu phinisi di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian berjumlah 6 orang pengrajin perahu phinisi di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. Hasil penelitian ini yaitu: Dalam menghadapi era Globalisasi Ekonomi para pengrajin perahu phinisi tetap bertahan pada pekerjaan yang di gelutinya karena pekerjaan seorang pengrajin mampu mensejahterahkan keluarganya walaupun pemesan tidak selalu ada. Selain itu mereka ingin mempertahankan budaya daerah. Para pengrajin dari membuat perahu mampu mensejahterahkan keluarganya dan juga memberi dampak ekonomi untuk masyarakat Bontobahari. Dimasa kini para pengrajin perahu phinisi mengalami peningkatan dan kemajuan ekonomi karena banyaknya pariwisata bahari yang telah dibuka di Indonesia. Pengrajin perahu phinisi dalam mengatur modal awal, mereka menggunakan perjanjian dengan panjar terlebih dahulu dengan pemesan. Dalam pencatatan transaksi di tempat mereka bekerja mengalami perubahan, yang dimana sistem tradisional dalam transaksi berupa kepercayaan dari kedua pihak mengalami perubahan ke pencatatan dengan memakai nota. Hal ini di karenakan sudah banyaknya perkembangan dan kemajuan. Dari keuntungan dalam usaha membuat perahu phinisi para pengrajin sudah banyak yang menginvestasikan uangnya ke bidang usaha lain. Di era digital para pengrajin dalam membuat perahu tidak memakai grafik dan desain tetapi hanya dengan memakai perkiraan, Hal ini dikarenakan seorang pengrajin perahu phinisi atau (Panrita Lopi) memiliki ilmu yang sifatnya gaib yang hanya di ketahui oleh pengrajin itu sendiri. Literasi ekonomi dan

literasi digital memiliki keterkaitan dalam peningkatan ekonomi dikalangan pengrajin perahu pinisi. Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet para pengrajin tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas usahanya.

Kata kunci: Literasi Ekonomi, Literasi Digital

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia adalah bangsa yang kreatif, terbukti dari hasil karya nenek moyang Bangsa Indonesia yang terkenal sampai saat ini yaitu kapal pinisi. Kapal pinisi adalah kapal layar tradisional khas asal Indonesia, yang berasal dari Suku Bugis dan Suku Makassar di Sulawesi Selatan. Kapal ini umumnya memiliki dua tiang layar utama dan tujuh buah layar, yaitu tiga di ujung depan, dua di depan, dan dua dibelakang umumnya digunakan untuk pengangkutan barang antar pulau. Pinisi adalah sebuah kapal layar yang mempunyai makna bahwa nenek moyang bangsa Indonesia mampu mengarungi tujuh samudera besar di

dunia. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin cepat mendorong umat manusia untuk menciptakan tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi sesamanya. Di dunia ini banyak orang yang mempunyai kreatifitas, tetapi terkadang orang-orang tersebut tidak mampu mengolah, mengemukakan, menggunakan, menuangkannya dan menyebarkan karya buatannya dengan baik sehingga sikap dan karyanya tersebut tidak digunakan dan terbuang begitu saja

Ilmu komunikasi beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan dan semakin canggih dalam beberapa aspek. Hal ini mendorong berbagai kalangan dalam

masyarakat untuk meningkatkan potensi yang dimiliki dalam berbagai aspek pula. Persaingan pun merebak kemana-mana, mulai dari persaingan sosial hingga usaha, termasuk dalam hal perdagangan. Dalam hal ini kemudahan berkomunikasi menjadi salah satu faktor yang sangat diperlukan untuk mengembangkan semua itu. Komunikasi dapat menghubungkan apapun yang akan dilakukan manusia terhadap manusia lainnya. Tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sarana penghubung yang sangat dibutuhkan dalam interaksi sosial masyarakat, termasuk dalam hal perdagangan.

Dalam perdagangan, komunikasi sangat sering dilakukan atau dibutuhkan dalam hal pemasaran. Dalam hal ini, keinginan produsen untuk mendistribusikan produk mereka memerlukan keterampilan, kemudahan, kecepatan dan keefisienan waktu untuk melaksanakannya. Artinya, alat komunikasi yang tepat dan canggih sangat diperlukan agar produk-produk dapat terpromosi dan terdistribusi seluas mungkin.

Jarak yang jauh dari daerah ke daerah lain tak memungkinkan produsen mendistribusikan atau memasarkan apa yang telah mereka produksi, maka dengan itu media transportasi darat bahkan udara tidak cukup efektif lagi untuk selalu diandalkan dalam sistem pemasaran.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini

ditandai oleh kemudahan dan kecepatan dalam mengakses informasi dan komunikasi. Orang dapat saling berinteraksi lewat jaringan komputer atau teknologi informasi global yang di kenal dengan nama internet (*International Networking*). Di seluruh dunia, termasuk Indonesia, kini semakin banyak orang yang memanfaatkan literasi digital untuk bermacam-macam kebutuhan.

Beragamnya informasi yang tersaji dan digital (terhubung) di internet, mengakibatkan individu akan mengakses informasi tersebut sesuai dengan kegunaan dan kepuasan yang didapatkannya. Hal ini sesuai dengan Model Uses and Gratification yang di kemukakan oleh Elihu Katz dkk (*Dalam buku. Teori Komunikasi Massa. Diterjemahkan oleh : Agus Dharma dan Aminuddin Ram*).

Dimana model ini menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu.

Model ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayaknya, tetapi bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak. Teori ini tidak membahas apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi membahas tentang apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan. Dalam teori ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*) bahwa komunikasi media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*) dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu

(*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Teori Uses and Gratification berguna untuk meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran dikembangkan dari kata pasar yang berarti sarana atau tempat berkumpulnya orang yang terlibat

dalam pemasaran, dalam pengertian abstrak pemasaran diartikan sebagai suatu kegiatan, proses atau system keseluruhan dimana dari pendapat-pendapat tersebut kita bisa menyimpulkan secara lebih spesifik mengenai definisi pemasaran dan definisi manajemen pemasaran.

Pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan usahakan melalui penciptaan, pertukaran yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan seseorang atau kelompok.

Sedangkan menurut Sofyan Assauri (2014) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran adalah suatu sistem

keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Selain itu menurut Philip Kotler (2014), pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran. Pengertian tersebut dapat memberikan gambaran bahwa pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan kelompok dimana masing-masing pihak ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui proses menciptakan, menawarkan, dan pertukaran. Selain itu, pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan

yang saling berhubungan satu dan yang lainnya, yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa kepada pembeli secara individual maupun kelompok pembeli. Kegiatan tersebut beroperasi dalam suatu lingkungan yang dibatasi sumber dari perusahaan, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan pemasarannya suatu perusahaan melakukan pengkoordinasian agar tujuan dan sasaran yang diharapkan dalam bidang pemasaran khususnya dan perusahaan umumnya dapat tercapai secara efektif dan efisien. Pengkoordinasian yang dapat menciptakan sinergi dilakukan dengan

manajemen yang baik, yang dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.

Hal itu pula yang akan penulis bahas dalam sistem pemasaran perahu phinisi. Selama ini, perahu phinisi hanya dikenal saja oleh masyarakat Indonesia. Mereka hanya melihat bentuknya melalui gambar atau tayangan-tayangan Televisi yang sesekali muncul menampilkan keanekaragaman budaya Indonesia. Mereka belum pernah mengenal cara dan sistem pembuatannya. Dengan demikian, perahu phinisi Cuma menjadi simbol dari Kabupaten Bulukumba saja, tanpa dipasarkan luas untuk digunakan sebagai perahu sehari-hari dalam berlayar, menangkap ikan atau sekedar rekreasi. Hal ini dikarenakan karena sebelumnya semua pengrajin hanya membuat perahu

tanpa ada jalan untuk mempromosikan atau memasarkan.

Perahu phinisi saat ini memang banyak dipesan oleh orang luar negeri seperti Malaysia, Jepang, Singapura, Australia, dan bahkan dari Negara-negara Eropa. Akan tetapi para pemesan perahu tersebut tidak signifikan. Pemesan dari Negara-negara tersebut merupakan orang tertentu yang memang mendalami budaya. Masyarakat luas internasional belum secara rutin memesan perahu phinisi, hal ini dikarenakan karena system pemasaran perahu phinisi masih belum mendunia (belum tersebar banyak secara digital).

Di Bulukumba sendiri ada beberapa pengrajin perahu phinisi yang memproduksi perahu tanpa mengetahui sejauh mana target mereka, berapa jumlah produksi dan

siapa yang akan membeli. Jadi terkadang pengrajin tidak rutin melakukan produksi. Hal ini menyebabkan, pengrajin-pengrajin tersebut tak bisa menggantungkan hidup mereka dari hasil pembuatan perahu phinisi. Mereka baru akan membuat perahu saat ada pemesan, itupun tidak setiap saat dan pemesannya hanya orang-orang tertentu yang berasal dari mancanegara dan sedikit masyarakat lokal atau masyarakat sekitar Kabupaten Bulukumba saja. Semua ini bukan karena perahu phinisi tidak menarik ataupun kualitasnya jelek, tapi karena kurang tau orang-orang tentang apa dan bagaimana perahu phinisi itu sebenarnya.

Padahal, sebenarnya pengrajin dapat memproduksi perahu phinisi tiap saat walaupun ukurannya

kecil, untuk dipamerkan sebagai ciri khas Kabupaten Bulukumba, hal ini juga dapat menjadi sarana wisata bagi yang berkunjung ke Bulukumba untuk melihat hasil produksi perahu phinisi dan cara pembuatannya.

Selain itu, jarak antara tempat pembuatan perahu phinisi dan kota Bulukumba lumayan jauh, jadi saat pertamakali orang-orang menginjakkan kaki di Bulukumba, mereka tidak melihat atau bahkan tidak menemukan informasi langsung mengenai perahu phinisi. Bahkan saat orang-orang melewati tempat pembuatan perahu phinisi tersebut, mereka tak tahu kalau yang dilihatnya adalah perahu phinisi. Ini disebabkan perahu-perahu tersebut masih dalam tahap pembuatan yang tampilannya jauh berbeda dengan perahu phinisi yang sudah jadi, yang

sering mereka lihat dalam buku-buku sejarah atau tayangan televisi yang sekali-sekali.

Perahu phinisi sendiri terdapat berbagai jenis sesuai tujuan dan fungsi perahu itu, adapun yang sering terlihat di gambar-gambar adalah perahu phinisi hias yang hanya digunakan untuk rekreasi, makanya diberi sturan layar yang sedemikian indah dan berkarakter. Adapun perahu phinisi yang digunakan untuk berlayar, menangkap ikan, atau transportasi lokal adalah perahu phinisi bermesin yang tak memakai layar. Hal-hal semacam ini kurang diketahui oleh orang-orang, mereka hanya mengetahui kalau perahu phinisi itu adalah perahu yang memakai layar tersusun rapih dan berkarakter. Oleh karena itu, pentingnya pemasaran yang efektif sangat dibutuhkan dalam

memperkenalkan hingga manual perahu phinisi itu ke orang-orang.

Dengan demikian, literasi digital merupakan sarana yang tepat dalam melakukan pemasaran terhadap perahu phinisi hasil kreasi dari beberapa pengrajin yang ada di Kabupaten Bulukumba. Dalam media tersebut akan dipaparkan cara pembuatan perahu phinisi, kegunaan, keunggulan hingga jenisnya. Semuanya akan mudah diakses oleh masyarakat yang ingin tahu lebih banyak tentang perahu phinisi tersebut, atau bahkan orang-orang yang akan memilikinya.

Selain itu, beberapa jenis perahu phinisi semuanya akan ditampilkan baik dari ukuran, bentuk, fungsi dan sebagainya, sehingga orang-orang tak perlu lagi ke Bulukumba untuk mengetahui tentang

perahu phinisi. literasi digital akan memaparkan secara lengkap tentang perahu phinisi hingga cara pemesanannya termasuk harga yang ditawarkan. Hal ini akan mempermudah pihak produsen dan konsumen untuk saling bertukar informasi.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswel, Karakter utama dalam penelitian kualitatif adalah: pertama penelusuran problem dan pengembangannya secara detail terpusat pada satu fenomena tertentu. Kedua, literatur atau teori dan peraturan yang digunakan menjadi sandaran dalam merumuskan problem. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu kombinasi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sesuai dengan bentuk pendekatan kualitatif dan sumber data yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis hasil observasi, wawancara, dan dokumen. Arikunto berpandangan bahwa untuk mengumpulkan data dalam kegiatan penelitian diperlukan cara atau teknik

pengumpulan data tertentu, sehingga proses penelitian dapat berjalan dengan lancar

HASIL

a) Karakteristik Informan
Kecamatan Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba dijuluki sebagai “Butta Panrita Lopi” (Negeri Para Pembuat Perahu) atau pengrajin perahu phinisi. Kisah tentang perahu Phinisi dari Desa Tanah Beru dan para pelaut dari Desa Bira, Kabupaten Bulukumba, yang mengemudikannya, kini sudah bukan cerita asing lagi. Namun tak banyak yang mengetahui kehebatan para pelaut dari ujung selatan Sulawesi ini dibangun dari tradisi Panjang oleh para pengrajin perahu phinisi di Kecamatan bontobahari. Ditengah era globalisasi dan naik turunnya perekonomian para pengrajin masih saja menggeluti pekerjaan membuat perahu. faktor

mempertahankan budaya daerah, mensejahterahkan keluarga dan masyarakat bontobahari pengrajin perahu phinisi tetap menggeluti pekerjaannya. hal tersebut sesuai hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak muing yang menyebutkan:

“ Selain mempertahankan budaya daerah, dilihat dari sisi ekonomi juga dapat menunjang kesejahteraan keluarga dan masyarakat bontobari” (MUI, Wawancara pada tanggal 15 November 2018)

Sama halnya dengan dengan bapak sopian yang ingin terus melestarikan kebudayaan daerah dan tercukupinya kebutuhan keluarga. Sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan bapak sopian, dia menyebutkan:

”Saya ingin melanjutkan budaya panrita lopinya orang bulukumba, dari segi pemenuhan kebutuhan keluarga sebagai pengrajin perahu phinisi, saya rasa

mencukupi untuk kebutuhan keluarga saya. (HAS, Wawancara pada tanggal 02 desember 2018).

Sementara itu bapak syarifuddin merasakan adanya peningkatan ekonomi, kesejahteraan untuk keluarga, ditambah phinisi yang semakin terkenal, tetapi walaupun tidak terkenal dia dia akan tetap menjadi pengrajin perahu phinisi, sebagaimana hasil wawancara dengan bapak syarifuddin yang menyebutkan:

“Karena dari segi peningkatan ekonomi untuk keluarga sangat mensejahterahkan, apa lagi phinisi sudah terkenal, tetapi walaupun phinisi tidak terkenal saya tetap akan menggeluti usaha ini, karena ini sudah menjadi budaya.” (RUS, Wawancara pada tanggal 28 November 2018)

Berbeda dengan bapak syarifuddin, bapak rusli ini mengatakan menjadi pengrajin phinisi

adalah pekerjaan utama nya. Sehingga dia tetap menggeluti pekerjaan itu. Sesuai wawancara yang dengan bapak rusli yang menyebutkan:

“Karna ini sebagai pekerjaan utama saya, saya bisa memenuhi kebutuhan keluarga saya, jadi saya tetap menggeluti pekerjaan ini.”(sya, Wawancara pada tanggal 28 November 2018)

Sama halnya dengan dengan bapak rusli, bapak hasanuddin juga pekerjaan utamanya adalah pengrajin perahu phinisi. sebagai mana hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak hasanudin, dia menyebutkan:

“Ini sudah menjadiah pekerjaan utama saya, dan saya juga ingin melestarikan kebudayaan dari nenek moyang” (HAS, Wawancara pada tanggal 18 november desember 2018)

Sementara itu bapak basir, bekerja sebagai pengrajin perahu phinisi sudah sejak dulu dan juga ingin meneruskan budaya daerah,

sebagaimana wawancara yang di lakukan bapak basir yang menyebutkan:

“ Sudah ini saja pekerjaan saya dari dulu, saya juga ingin melanjutkan budaya, dari pekerjaan ini saya juga bisa menghidupi keluarga saya.” (Bas, Wawancara pada tanggal 04 Desember)

Dalam pandangan mengenai perekonomian saat ini terhadap kelangsungan usaha perahu yang iya jalan kan bapak muing sebagai pengrajin mengaku dengan adanya peningkatan, pariwisata bahari sudah banyak di buka di indonesia sehingga banyak pemesan dari luar negeri. Sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan bapak muing, dia menyebutkan:

“Kalau kondisi perekonomian seperti sekarang sebagai pengrajin saya rasa ada peningkatan, saya turut merasakan kesejahteraanya, karena phinisi sekarang sudah

mendunia, apalagi pariwisata bahari sudah banyak di buka di indonesia, dan juga sekarang banyak membuat pemesan dari luar negeri”(MUI, Wawancara pada tanggal 15 November 2018)

Sama halnya dengan bapak bapak muing, bapak syrifuddin juga mengungkapkan adanya peningkatan, sudah banyak perubahan sehingga usaha yang dijalankannya cukup bagus. Sebagaimana wawancara yang dilakukan bapak syarifuddin dia menyebutkan:

“Sangat meningkat karena banyak perubahan, banyak perkembangan jadi usaha yang saya jalani cukup bagus” (SYA, Wawancara pada tanggal 28 November 2018)

Sementara itu bapak sopian sopian mengungkapkan kalau perekonomian sekarang sudah bagus untuk para pengrajin sepertinya, apalagi angkatan mudah sepertinya

menjalankan usaha sudah mudah dan berkembang. Sudah banyak memakai media online dan sebagainya sehingga pekerjaan pun akan menjadi lebih mudah hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak sopian yang mengungkapkan:

“Saya rasa perekonomian sekarang cukup bagus, apalagi angkatan muda seperti saya yang memang jaman jamannya semua sudah berkembang, jadi segala sesuatu pekerjaan menjadi lebih mudah” (SOP, Wawancara pada tanggal 02 Desember 2018)

Berbeda dengan bapak sopian, bapak rusli mengemukakan bahwasanya perekonomian saat ini untuk dirinya kurang dari segi pendapatannya. Berbeda dengan dahulu, di era seperti sekarang banyaknya saingan sehingga susah mendapatkan pemesan perahu.

Sebagaimana wawancara yang dilakukan bapak rusli dia mengungkapkan:

Perekonomian saat ini dari segi pendapatan sangat kurang, Tidak sama dengan dulu, sekarang sudah banyak saingan, sehingga susah mendapatkan pemesan” (RUS, Wawancara pada tanggal 27 November 2018)

Begitu pula dengan bapak basri, yang merasakan perekonomian sekarang kurang, di karenakan susahnya mendapatkan pemesan. Bapak basri juga mengungkapkan hal ini berbeda dengan dulu yang dimana sesudah mengerjakan kapal tidak lama kemudian datang kembali pemesan yang lain. Sebagaimana wawancara dengan bapak basri yang mengungkapkan:

“Perekonomian untuk saat ini kurang, karena susahnya mendapat pemesan, bahkan saya pernah dalam setahun tidak dapat pemesan, beda

dengan dulu sesudah membuat satu kapal tidak lama kemudian ada lagi pemesan” (BAS, Wawancara pada tanggal 04 Desember 2018)

Kesimpulan yang dapat di ambil dari pemahaman pengrajin perahu phinisi dalam mengatur perekonomiannya di era globalisasi agar usahanya tetap bertahan yaitu:

1. Para pengrajin perahu phinisi tetap bertahan pada pekerjaan yang di gelutinya karna mereka ingin mempertahankan budaya daerah, walaupun kemajuan transportasi laut semakin maju dan Penghasilan dari bekerja sebagai pengrajin perahu bisa memenuhi kebutuhan keluarga mereka, dan banyak memberikan pemasukan untuk masyarakat bontobahari.
2. Sebagai pengrajin perahu phinisi mereka mengungkapkan

bahwasanya di era globalisasi ekonomi seperti sekarang terjadi peningkatan dan kemajuan dalam ekonomi. Di era globalisasi untuk pengrajin perahu banyak mengalami peningkatan pemesan di karenakan banyaknya pariwisata bahari di indonesia yang telah di buka.

a. Mengelola pendapatan untuk menunjang kesejahteraan di masa depan (menabung atau berinvestasi)

Para pengrajin perahu phinisi di Kecamatan bontobahari sudah banyak yang melakukan investasi dalam mempersiapkan kesejahteraan di masa depan. dalam memulai usaha, bapak muing menggunakan modal yang yang di berikan oleh pemesan dan dari modal itulah bapak yang iya gunakan untuk membeli bahan dan semacamnya. Sebagaimana

wawancara yang dilakukan dengan bapak muing, yang menyebutkan:

“Sebenarnya modalnya orang dipakai atau modalnya pemesan, kapan kita sudah deal kontrak. 35 atau 50 persen, masuk dananya pemesan. Dari modal itulah yang kami gunakan untuk segala macamnya, (MUI, Wawancara pada tanggal 15 November 2018)

Sama halnya dengan bapak muing, bapak syarifuddin juga mengungkapkan modal pertama dalam membuat kapal dari pemesan sebagaimana wawancara dengan bapak muing yang mengungkapkan:

“Jadi modal pertama itu dari pemesan, uang dari pemesan itulah yang saya gunakan untuk membeli kayu dan segala macamnya.” (SYA, Wawancara pada tanggal 28 November 2018)

Begitupula dengan bapak hasanudin, dalam mengatur modal awal untuk membuat perahu, bapak hasanudin memakai modal dari

pemesan dan dia juga mengungkapkan bahwa sanya ada sebagian kecil yang memakai modalnya sendiri di dalam membuat perahu. Sebagaimana wawancara dengan bapak hasuddin yang menyebutkan:

“Modal yang saya pakai dari pembeli atau pemesan disitula modal awalnya, tetapi ada sebagian yang memakai modal sendiri, Seperti kakakku, Dia membuat kapal setengah jadi selanjutnya dilanjutkan pemesan Dari dulu modal kepercayaan dari pemesan”. (HAS, Wawancara pada tanggal 18 November 2018)

Begitu pula dengan bapak sopian dan Rusli, memakai modal dari pemesan namun berbeda halnya dengan bapak basir, yang mengungkapkan dalam membuat pera, modal awalnya tidak menggunakan modal dari pemesan melainkan modalnya sendiri. Bapak basri membiayai kerangka nya terlebih

dahulu selanjutnya dilanjutkan oleh pemesan. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan bapak Nasti yang menyebutkan:

“Saya membiayai kapal di awal sebesar 20 persen, saya buat rangkanya, selanjutnya tinggal dari pemesan yang melanjutkannya dan membiayai kapal itu.”(BAS, Wawancara pada tanggal 04 Desember 2018)

Sementara itu dalam pencatatan transaksi yang terjadi ditempat pembuatan perahu mengalami perubahan. Hal ini dirasakan oleh bapak rusli sebagai pengrajin, beliau mengungkapkan dulu tidak memakai nota. Dikarenakan pemesan hanya orang lokal, mereka mempercayakan sepenuhnya kepada bapak rusli. Tetapi sekarang sudah banyak pemesan dari luar negeri yang memesan sehingga pencatatan transaksi harus menggunakan nota.

Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan bapak rusli yang mengungkapkan:

“Dulu kita tidak memakai perjanjian dengan nota, dulu hanya memakai sistem kepercayaan saja, dengan cara panjar diawal, dan rata-rata pemesannya itu orang lokal, tetapi sudah banyak orang luar negeri yang ikut memesan, jadi kita harus menggunakan nota”.(RUS, Wawancara pada tanggal 27 november 2018)

Sama Dengan bapak sopian yang menggunakan nota dalam bertransaksi, bapak sopian juga mengungkapkan perbedaan pemesan lokal dan pemesan dari luar yang dimana pemesan lokal mempercayakan sepenuhnya kepada pengrajin sedangkan pemesan dari luar memakai nota hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan bersama bapak sopian, bapak sopian menyebutkan:

“Sistemnya pakai nota karena banyak pemesan dari luar yang meminta pencatatan, beda dengan orang lokal yang bertransaksi dengan kita masih memakai sistem kepercayaan.” (SOP, Wawancara pada tanggal 02 Desember 2018)

Begitu pula dengan bapak hasanuddin, yang dulunya memakai sistem kepercayaan, bapak hasanuddin mengungkapkan didalam transaksinya terkadang pakai nota tetapi tidak di bukukan. Sekarag sudah bnyak pemesan yang dari luar negeri jadi bapak hasanudin akan mencatat apa saja pengeluarannya. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak hasanuddin, bapak hasanuddin mengungkapkan:

“Terkadang pakai nota tetapi tidak pernah di bukukan, Tetapi sekarang banyak pemesan dari luar, Jadi kita catat semua, apa saja pengeluarannya.” (HAS, Wawancara pada tanggal 18 November 2018)

Sejalan dengan bapak hasanuddin, bapak muing juga merasakan adanya perubahan dari sistem kepercayaan menjadi memakai catatan hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak muing, dia menyebutkan:

“Kalau dulu pencatatan di tempat saya bekerja memakai sistem kepercayaan, tapi sekarang sudah banyak yang pesan dari luar jadi saya menggunakan nota,” (MUI, Wawancara pada tanggal 15 November 2018)

Berbeda halnya dengan bapak basri yang menggunakan transaksi dengan cara lama yaitu dengan memakai sistem kepercayaan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak basri, dia mengungkapkan:

“Saya pakai sistem kepercayaan dari pemesan dalam pembuatan kapal nya, yang dimana ketika pemesan memberi saya uang sudah

percaya sepenuhnya kepada saya.” (BAS, Wawancara pada tanggal 04 Desember 2018)

Dalam keuntungan didalam setiap usaha seseorang biasa menginvestasikan uangnya dalam bentuk usaha lain agar kelak bisa menunjang ekonomi jikalau usaha utama tidak lagi menghasilkan. Hal ini yang ingi diketahui dari para pengrajin. Ketika mendapatkan keuntungan dari usahanya bapak muing menginvestasikan uangnya untuk usaha lain. Yaitu membuat cafe, hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak muing, dia.

Mengungkapkan:

“ Ya ada, saya membuat cafe di bira.” (MUI, Wawancara pada tanggal 15 November 2018)

Sama halnya dengan bapak muing, yang menginvestasikan keuntungannya, bapak muing juga

menginvestasikan keuntungannya ke usaha lain, Usaha itu ialah usaha mebel. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan bapak syarifuddin, dia mengungkapkan:

“ Iya ada, saya mempunyai usaha mebel, membuat kursi, meja, ranjang dan sebagainya.”(SYA, Wawancara pada tanggal 28 November 2018)

Begitu pula dengan bapak sopian, yang mempunyai investasi usaha, yang dimana usaha yang bapak sopian jalan kan masih berkaitan dengan perahu phinisi. Yakni usaha miniatur phininisi hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan bapak sopian, dia mengungkapkan:

“Iya, saya investasikan, saya biasa membuat miniatur perahu phinisi, yang hasilnya lumayan.”(Sop, Wawancara pada tanggal 02 desember)

Sejalan dengan bapak sopian, bapak basri juga menginvestasikan usahanya. namun usaha yang yang bapak basri jalankan ialah menjual kayu. Hal ini sesuai wawancara dengan bapak basri, dia mengungkapkan:

"Iya, keuntungan saya ini saya investasikan untuk menjual kayu".(BAS, Wawancara pada tanggal 04 Desember 2018).

Berbeda hal dikalangan pengrajin perahu phinisi yang lainnya bapak rusli dan hasanuddin yang dimana tidak menginvestasikan keuntungannya hal ini sebagaimana dalam wawancara dengan bapak hasanuddin: *tidak ada, yang di investasikan"* (HAS, Wawancara pada tanggal 18 November 2018).

Untuk meningkatkan daya beli dari pemesan perlunya pengembangan dan kreatifitas untuk

menunjang nilai jual dari perahu phinisi. dalam hal ini pengrajin mempunyai caranya masing seperti bapak muing, dalam mengebangkan kreatifitasnya bapak muing melihat gambar di internet. Menurut model apa yang inginkan pemesan, bapak muing mengungkapkan jika pemesan suka dengan hasil buataannya pasti akan diberi uang lebih. Hal ini sesuai wawancara dengan bapak muing, dia menyebutkan:

"Saya banyak melihat gambar gambar di internet, dan meminta model seperti apa yang diinginkan pembeli, supaya mereka puas dengan hasil kerja saya, dan biasanya kalau mereka sangat suka hasil dari kerja saya memberikan uang yang lebih" (MUI, Wawancara pada tanggal 15 November 2018)

Begitu pula dengan bapak sopian, yang menggunakan internet, untuk mencari model konstruksi

bagian atas kapal, dan dengan internet juga bapak sopian bisa melihat cara memoles kapal dengan bagus agar nanti kapal yang di buatnya punya nilai jual tinggi. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak sopian yang menyebutkan:

“Kalau saya lihat-lihat di internet untuk saya jadikan contoh model kontruksi bagian atas dari kapal, disana juga kita bisa melihat cara- cara memoles kapal dengan bagus sehingga pemesan itu senang dan membuat nilai jualnya tinggi” (SOP, Wawancara pada tanggal 02 Desember 2018).

Berbeda pula dengan bapak syarifuddin, dia tidak menggunakan internet dalam mengembangkan kreativitasnya dalam membuat perahu, melainkan selalu belajar dari setiap pengalamannya dan juga pada siapa saja. Bahkan oleh pemesan kapal pun bapak muing sering mendapat pelajaran dari mereka bagaimana

mempoles kapal agar daya jualnya menjadi tinggi.hal ini sesuai dengan wawancara dengan bapak syarifuddin yang mengungkapkan:

“ Ya, dengan setiap saat kita belajar, dari hasil pembelajaran itu kita bisa jadikan pengalaman, dan belajar pada siapa saja, misalnya dari orang luar yang memesan kapal kita, kita dapat belajar dari mereka cara memoles kapal yang bagus, sehingga pemesan akan merasa puas dengan kapal yang kita buat” (SYA, Wawancara pada tanggal 28 November 2018).

Begitu pula dengan bapak basri, yang selalu belajar dari pengalaman dalam membuat perahu yang di pesan oleh konsumennya serta membuat perahu serapi mungkin. Sebagaimana hasil wawancara dari bapak basri, dia mengungkapkan:

“Selalu belajar dari pengalaman dan membuat kapal serapiah mungkin” (BAS, Wawancara pada tanggal 04 Desember 2018).

Sementara itu bapak hasanuddin dalam mengembangkan kreativitasnya dengan melihat gambar yang di bawa oleh pemesan dan membuat seperti apa yang di inginkannya agar pemesan merasa puas. Hal ini sesuai dengan wawancara

" Saya biasa melihat gambar yang dibawa pemesan, dan membuat seperti yang diinginkannya, sup aya pemesan merasa puas atas kerja saya" (HAS, Wawancara pada tanggal 18 November 2018).

Kesimpulan yang dapat di ambil dari mengelolah pendapatan untuk menunjang kesejahteraan di masa depan (menabung atau berinvestasi) yaitu:

a. Dalam mengatur modal awal dan untuk mengembangkan usaha mereka. Pengrajin perahu phinisi menggunakan modal dari pemesan kapal. Mereka menggunakan

perjanjian dengan pemesan dengan panjar terlebih dahulu. Dan ditulah uang yang di berikan bisa membeli bahan baku untuk membuat perahu.

b. Pengrajin perahu phinisi dalam pencatatan transaksi ditempat mereka bekerja, Mengalami perubahan yang di mana sistem tradisional dalam transaksi berupa kepercayaan dari kedua belah pihak mengalami perubahan ke pencatatan dengan memakai nota. Hal ini di karenakan sudah banyak nya perkembangan dan kemajuan, serta banyak juga pemesan dari luar negeri yang memesan.

c. Dari keuntungan dalam usaha pembuatan perahu phinisi sudah banyak dari pengrajin yang menginvestasikan uangnya ke usaha lain baik itu usaha yang berkaitan dengan perahu phinisi, maupun

yang tidak berkaitan. Dan banyak diantara pengrajin menginvestasikannya di bidang penjualan barang, seperti usaha miniatur phinisi, penjualan kayu, serta usaha mebel.

- d. Dalam mengembangkan kreativitasnya agar nilai jual dari perahu phinisi itu tinggi. Para pengrajin dominan yang menggunakan media internet. Dan yang lainnya memiliki bermacam macam cara tersendiri. Mulai dari melihat gambar phinisi sesuai yang di inginkan pemesan, belajar dengan pemesan dalam memoles perahu, sampai membuat perahu serapih mungkin.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, dapat digambarkan

dengan skema berikut : 4.3 Gambar hasil penelitian fokus 1

PEMBAHASAN

Setelah pemaparan hasil penelitian maka pada bagian ini akan di paparkan mengenai literasi ekonomi dan literasi digital: studi kasus pada pengrajin perahu phinisi di Kecamatan bontobahari Kabupaten bulukumba

1. Bagaimana literasi ekonomi studi kasus pada pengrajin perahu Phinisi di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba

a. Pemahaman pengrajin perahu phinisi dalam mengatur perekonomiannya di era globalisasi agar usahanya tetap bertahan

Globalisasi ekonomi adalah suatu proses pengintegrasian ekonomi nasional ke dalam suatu sistem ekonomi global (Fakih, 2002). Salah satu bentuk globalisasi ekonomi ditandai dengan me-ningkatnya keterbukaan perekonomian suatu negara terhadap perdagangan internasional. Globalisasi ekonomi ini akan menciptakan hubungan ekonomi yang saling memengaruhi antarnegara, serta lalu lintas barang dan jasa akan membentuk perdagangan antarnegara. Kontrol pemerintah semakin memudar karena proses globalisasi digerakkan oleh kekuatan pasar global, bukan oleh kebijakan atau peraturan yang dikeluarkan oleh suatu pemerintah secara individu. Kegiatan perdagangan internasional akan memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena semua

negara bersaing di pasar internasional (Todaro dan Smith, 2006)

Menurut Husynski dan Buchanan (2002), globalisasi ekonomi menghasilkan suatu kondisi perubahan yang cepat. Mulai dari revolusi cyber, liberalisasi perdagangan, homogenisasi barang dan jasa di seluruh dunia hingga ekspor yang berorientasi pertumbuhan merupakan komponen dari fenomena globalisasi. Globalisasi ekonomi akan meningkatkan perdagangan internasional. Akan tetapi, sering-kali menimbulkan berbagai pengaruh yang kuat terhadap pola pendapatan di dalam suatu negara. Perdagangan internasional diyakini memunculkan pihak-pihak yang diuntungkan dan pihak-pihak yang dirugikan.

Globalisasi ekonomi memiliki dampak positif dan negatif. Dampak

positif dari globalisasi seperti peningkatan pendapatan nasional karena mempunyai keunggulan komparatif, jalan masuk terhadap global capital, penyebaran teknologi, penyebaran human rights dan peningkatan kesempatan kerja sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Atas dasar pemikiran tersebut, organisasi perdagangan internasional dan banyak ekonom berpendapat bahwa globalisasi mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan dan ketimpangan pendapatan. Sedangkan dampak negatif dari globalisasi adalah melemahnya posisi dari negara yang kekurangan keterampilan dan modal, pengelolaan yang lemah dalam perdagangan internasional oleh negara miskin, eksploitasi pekerja di negara miskin,

resiko pasar modal global yang tidak stabil, melemahnya stabilitas budaya nasional, otonomi perekonomian nasional dirusak oleh keterbukaan pasar modal, dan negara yang lebih miskin harus menerima kebijakan yang dibuat negara yang lebih kaya (Mutascu dan Fleischer, 2011).

Dalam hal ini peran kreativitas memang sangat diperlukan dalam mengembangkan usaha, khususnya dalam usaha pembuatan perahu pinisi yang semakin hari, semakin banyaknya perkembangan. Kreativitas itulah yang dijadikan sebagai kekuatan sebagai ciri khas dan kekuatan dalam menghadapi pemesan. agar usaha yang dimiliki tetap bertahan.

b. Mengelola pendapatan untuk menunjang kesejahteraan di masa depan (menabung atau berinvestasi)

George Washington Global Financial Literacy Excellence Center memaparkan hasil survei terkait dengan pemahaman soal prinsip dasar pengelolaan keuangan. Hasilnya, dari 5.500 milenial, hanya 24% yang memahami pengelolaan keuangan. Alexa Von Tobel,(2015) pengarang buku *Financially Fearless* pun memaklumi hal tersebut. “Literasi keuangan tidak diajarkan di sekolah maupun kampus. Jadi, ketika memasuki fase mulai membayar segala kebutuhannya sendiri, mereka [generasi milenial] tidak memiliki strategi yang tepat,” tulis dalam keterangan resmi pada akhir pekan lalu. Tak hanya itu, dari dalam negeri juga ada survei yang diadakan Rumah123 bersama Karir.com terkait dengan peluang generasi milenial memiliki rumah sendiri dari

penghasilan yang ada dibandingkan dengan tren kenaikan harga properti. Hasilnya, pada 2020 diramalkan 95% milenial tidak mampu membeli rumah karena kenaikan harga properti lebih tinggi daripada gaji.

Menurut Husnan (1996:5) menyatakan bahwa “proyek investasi merupakan suatu rencana untuk menginvestasikan sumber-sumber daya, baik proyek raksasa ataupun proyek kecil untuk memperoleh manfaat pada masa yang akan datang.” Pada umumnya manfaat ini dalam bentuk nilai uang. Sedang modal, bisa saja berbentuk bukan uang, misalnya tanah, mesin, bangunan dan lain-lain. Namun baik sisi pengeluaran investasi ataupun manfaat yang diperoleh, semua harus dikonversikan dalam nilai uang. Suatu rencana investasi perlu dianalisis secara

seksama. Analisis rencana investasi pada dasarnya merupakan penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (baik besar atau kecil) dapat dilaksanakan dengan berhasil, atau suatu metode penjabarkan dari suatu gagasan usaha/bisnis tentang kemungkinan layak atau tidaknya gagasan usaha/bisnis tersebut dilaksanakan. Suatu proyek investasi umumnya memerlukan dana yang besar dan akan mempengaruhi perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu dilakukan perencanaan investasi yang lebih teliti agar tidak terlanjur menanamkan investasi pada proyek yang tidak menguntungkan.

Dari keuntungan dalam usaha pembuatan perahu phinisi sudah banyak dari pengrajin yang menginvestasikan uangnya ke usaha

lain baik itu usaha yang berkaitan dengan perahu phinisi, maupun yang tidak berkaitan. Dan banyak diantara pengrajin menginvestasikannya di bidang penjualan barang, seperti usaha miniatur phinisi, penjualan kayu, serta usaha mebel. Pengrajin perahu phinisi dalam pencatatan transaksi ditempat mereka bekerja, Mengalami perubahan yang di mana sistem tradisional dalam transaksi berupa kepercayaan dari kedua belah pihak mengalami perubahan ke pencatatan dengan memakai nota. Hal ini di karenakan sudah banyak nya perkembangan dan kemajuan, serta banyak juga pemesan dari luar negeri yang memesan.

1. Bagaimana Literasi digital studi kasus pada pengrajin perahu promosi di Kecamatan

**bontobahari kanmbupaten
bulukumba**

a. Kemampuan menggunakan alat elektronik dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan produksi perahu phinisi

Rapih (2016). Hampir semua sektor di Indonesia mulai melirik ke adopsi teknologi. Mulai dari bisnis skala kecil sampai menengah, bisnis perusahaan kelas korporasi hingga pemerintahan menjadikan teknologi sebagai salah satu perubahan yang akan dilakukan organisasi mereka. Di pemerintahan jelas teknologi memegang peranan dalam memangkas birokrasi yang berbelit dan semakin mendekatkan akses ke masyarakat. Untuk bisnis, teknologi berperan lebih penting lagi. Teknologi seolah menjadi dasar paling fundamental dalam inovasi, terlebih lagi bisnis-bisnis

digital. Namun layaknya sebuah transformasi, proses adopsi teknologi atau sering disebut dengan transformasi digital menghadapi beberapa tantangan. Berikut beberapa tantangan yang dijumpai dalam proses transformasi digital.

Teknologi pada saat ini, seperti kamera foto, kamera video, film, slide proyektor, pita kaset, dan komputer, sangat besar sekali pengaruhnya terhadap perkembangan sumber belajar. Dengan adanya penemuan-penemuan dalam berbagai bidang teknologi tersebut maka pada saat ini sumber belajar tidak terbatas hanya pada media cetak saja tetapi lebih diperkaya lagi dengan sumber belajar non cetak, seperti: slide, film stripe, kaset audio, kaset video, film, compact disk (CD), dan internet. Apabila dianalisa, maka sumber

belajar baru ini lebih dapat memberikan rangsangan audio visual secara serempak, atau lebih mendekati dengan kenyataan yang sebenarnya jika dibandingkan dengan media cetak sebagai bahan sumber belajar.

Pada masa kini Perkembangan teknologi banyak membantu para pengrajin dalam memproduksi perahu phinisi. Hal ini di syukuri oleh banyak pengrajin perahu phinisi, karena alat perkakas bekerja mereka banyak yang sudah memakai mesin. Sehingga pembuatan perahu bisa menjadi lebih cepat dan tidak memakan banyak waktu.

b. Kemampuan dalam menghadapi Kendala di era digital dalam memproduksi perahu phinisi

Bawden (2013) menawarkan pemahaman baru mengenai literasi digital yang berakar pada literasi

komputer dan literasi informasi. Literasi komputer berkembang pada dekade 1980 an ketika komputer mikro semakin luas dipergunakan tidak saja di lingkungan bisnis namun juga masyarakat. Sedangkan literasi informasi menyebarluas pada dekade 1990 an manakala informasi semakin mudah disusun, diakses, disebarluaskan melalui teknologi informasi berjejaring. Secara sederhana literasi komputer diartikan sebagai alat bagi organisasi, komunikasi, penelitian dan pemecahan masalah.

Pandangan lain dikemukakan oleh Martin (2015) yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan gabungan dari beberapa bentuk literasi yaitu: komputer, informasi, teknologi, visual, media dan komunikasi. Soal

literasi komputer dan informasi telah dikemukakan di atas. Berikut ini satu per satu dibahas berbagai bentuk literasi lain. Literasi teknologi didefinisikan sebagai kemampuan menggunakan, mengelola dan memahami teknologi. Literasi teknologi adalah kemampuan menggunakan teknologi yang melibatkan pengetahuan mengenai faktor-faktor kunci yang menentukan keberhasilan sistem operasi teknologi. Hal ini meliputi pengetahuan mengenai sistem makro, adaptasi manusia terhadap teknologi, perilaku sistem. Keterampilan ini juga menyangkut kemampuan menjalankan seluruh aktivitas teknologi secara efisien dan tepat. Konsep lain yang digunakan untuk menyusun konsep literasi digital adalah literasi media. Literasi Media terdiri dari serangkaian

kompetensi komunikasi termasuk kemampuan mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk pesan tercetak dan tidak tercetak

Dalam era digital sudah banyak alat yang mengalami perubahan dalam pembuatan perahu phinisi, dan ini membuat pekerjaan dari para pengrajin menjadi lebih mudah dan cepat. meskipun begitu, para pengrajin perahu phinisi Masih banyak terkendala dalam membuat perahu, banyak dari pengrajin tidak bisa bekerja di saat listrik mati, karena alat yang digunakan pengrajin banyak yang memakai mesin dan dan bergantung pada aliran listrik. Dalam kendala yang lainnya para pengrajin juga tidak bisa bekerja dengan maksimal saat turunnya hujan.

Di era digital ini juga para pengrajin di uji oleh persaingan ekonomi. walaupun belum banyak di kalangan pengrajin yang memakai internet dalam memasarkan usahanya tetapi hal itu tidak bisa dijadikan acuan bahwa pengrajin sulit mendapatkan pemesan, akan tetapi para pengrajin secara tidak langsung dalam mencari pemesan melalui hasil dari pada perahu yang mereka buat, dengan membuat perahu secara yang maksimal dan menghasilkan perahu yang bagus, secara sendirinya pengrajin akan di cari oleh pemesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Hamid, 2004. *Pasompe, Pengembaraan Orang Bugis*. Pustaka Refleksi. Makassar.
- Achmad, AS. 1992. *Komunikasi media massa dan khalayak. Ujung Pandang : Hasanuddin University Press*
- Arief, A.A. 2007. *Artikulasi Modernisasi dan Dinamika Formasi Sosial Pada Nelayan Kepulauan di Sulawesi Selatan (Studi Kasus Nelayan Pulau Kambuno)*. (Disertasi) PPS-UNHAS. Makassar.
- Bulaeng Andi, 2002. *Teori Manajemen dan Riset Komunikasi*. Narendra. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Rajawali Persada. Jakarta.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design : Qualitative & Quantitative Approaches*. Sage Publication, Inc. California.
- Dahuri, Rohmin. 2002. *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan secara Terpadu*. Pradnya Paramita. Jakarta. .
- Effendy, Onong Uchjana, 1992. *Dinamika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Jurusan Ilmu Komunikasi. 2005. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Makassar: Hasanuddin University Press.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W. 2001. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Salemba Humanika. Jakarta Selatan.

- Mc Quail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa*. Terjemahan Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta : Erlangga.
- Melalatoa, J. 1995. *Ensiklopedi Sukubangsa di Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Munir. 2008. *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Miles, B. Matthew dan Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Rajawali Persada. Jakarta.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi: Metacommunicator is Ubiquitous*. Jakarta: Widya Padjadjaran.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Saenong, Arief. *Pinisi Panduan Teknologi dan Budaya*. Dinas Perindustrian Pariwisata Seni Budaya Kab. Bulukumba. Bulukumba.
- Smelser, J. 1987. *The Sociology of Economic Life*. (Terjemahan). Wira Sari. Yogyakarta.
- Yin, Rober K. 1996. *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Rajawali Pers. Jakarta.