



Pelatihan Strategi Marketing Bagi Pengrajin Gerabah Desa Gebangsari Klirong Kebumen

Dani Rizana^{1*}, Akhmad Syarifudin²

¹Prodi Manajemen, STIE Putra Bangsa, Indonesia, 54361

²Prodi Akuntansi, STIE Putra Bangsa, Indonesia, 54361

E-mail: danirizana@gmail.com*

DOI : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.364>

Info Artikel:

Diterima :

01-12-2020

Diperbaiki :

03-12-2020

Disetujui :

05-12-2020

Abstrak: Gerabah Gebangsari merupakan salah satu satu produk khas desa Gebangsari yang diwariskan secara turun temurun namun belum mampu meningkatkan perekonomian warga masyarakat sehingga banyak yang beralih ke usaha bertani, berkebun atau bahkan banyak pengrajin usia produktif yang berpindah ke kota besar untuk mencari pekerjaan, minimnya pengetahuan strategi marketing juga kurangnya nilai ekonomis gerabah menyurutkan generasi muda untuk menekuni potensi kerajinan gerabah ini, ditambah lagi adanya pandemi covid 19 yang saat ini melanda seluruh dunia. Mitra pengabdian masyarakat ini adalah seluruh pengrajin yang berada di desa Gebangsari kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. Metode pelaksanaan FGD dan pelatihan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan (1) Dapat menumbuhkan motivasi pengrajin dimasa pandemic covid-19 (2) menambah pengetahuan strategi marketing sehingga meningkatkan volume penjualan pasca pandemi covid-19.

Kata Kunci: pengrajin, gerabah, strategi, marketing

Abstract:

Gebangsari pottery is one of the typical products of Gebangsari village that has been passed down from generation to generation but has not been able to improve the economy of the community, so many have switched to farming, gardening or even many craftsmen of productive age have moved to big cities to find work, lack of knowledge of marketing strategies also the lack of

economic value of pottery has discouraged the younger generation from pursuing the potency of this pottery, plus the covid 19 pandemic that is currently sweeping the entire world. These community service partners are all craftsmen who are in Gebangsari village, Klirong sub-district, Kebumen regency. FGD implementation methods and training. The results of this dedication show that the activities carried out (1) Can foster the motivation of craftsmen during the Covid-19 pandemic (2) increase knowledge of marketing strategies so as to increase sales volume after the Covid-19 pandemic

Keywords: *craftsmen, pottery, strategy, marketing*

Pendahuluan

Desa Gebangsari terletak di bagian selatan Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen, memiliki jarak 6 km dari garis pantai selatan dan berbatasan dengan Kecamatan Petanahan di sebelah baratnya, yaitu desa Jogomertan, sedangkan sebelah timur adalah Desa Klegenrejo, sebelah utara Desa Klirong dan disebelah selatan Desa Tambakprogaten. Desa Gebangsari memiliki luas wilayah 136 ha yang terdiri dari wilayah pertanian dan pemukiman. Sedangkan jumlah penduduk Desa Gebangsari sebanyak 2434 jiwa terdiri dari 1191 laki-laki dan 1243 perempuan.

Kondisi ekonomi Desa Gebangsari saat ini masih dikategorikan sebagai desa dengan tingkat ekonomi rendah. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai permasalahan yang cukup kompleks, kurangnya peluang dan lapangan pekerjaan, potensi wirausaha yang susah ditempuh dan perihal lainnya, sehingga mempengaruhi tingkat pendapatan masyarakat sangat kurang, hal tersebut memaksa masyarakat di usia produktif yang total berjumlah sekitar 1300 jiwa sebagian meninggalkan desa untuk mengadu nasib diluar daerah.



Gambar 1. Salah satu rumah pengrajin Gerabah

Melihat kondisi yang ada maka Pemerintah Desa berupaya mengangkat peluang yang tampak nyata untuk menggerakkan sektor ekonomi masyarakat dalam perspektif Pemerintahan Desa yaitu melalui pengembangan BUMDes dan unit-unit usahanya. Untuk itu perlu kiranya bagi pengrajin Gerabah di Desa Gebangsari dilakukan *capacity building*, proses atau kegiatan memperbaiki kemampuan seseorang, kelompok, organisasi atau sistem untuk mencapai tujuan atau kinerja yang lebih baik (Gita Purwasih et al., 2019). *Capacity building* adalah pembangunan keterampilan (*skills*) dan kemampuan (*capabilities*), seperti kepemimpinan, manajemen, keuangan dan pencarian dana, program dan evaluasi, supaya pembangunan organisasi efektif dan berkelanjutan (Herawati et al., 2018). Ini adalah proses membantu individu atau kelompok untuk mengidentifikasi dan menemukan permasalahan dan menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan melakukan perubahan. (Campobaso dan Davis, 2001) *Capacity building* difasilitasi melalui penetapan kegiatan bantuan teknik, meliputi pendidikan dan pelatihan, bantuan teknik khusus (*specific technical assistance*) dan penguatan jaringan. (Sciences et al., 2020)

Seni kerajinan gerabah adalah karya seni yang unik, dan karakteristiknya mengandung muatan nilai-nilai yang kompleks, serta mendalam yang menyangkut nilai estetika, simbolik, filosofis, dan fungsional (Gustami, 1992: 71). Gerabah Gebangsari merupakan salah satu produk khas desa Gebangsari yang diwariskan secara turun temurun namun belum mampu meningkatkan perekonomian warga masyarakat dikarenakan minimnya jumlah permintaan gerabah sehingga banyak yang beralih ke usaha bertani, berkebun atau bahkan banyak pengrajin usia produktif yang berpindah ke kota besar untuk mencari pekerjaan, pengrajin belum mempunyai sebuah galeri atau media pemasaran gerabah sehingga sulit untuk memasarkan produk gerabah itu sendiri, produk yang dihasilkan masih kalah bersaing dengan daerah lain dikarenakan finishing yang kurang baik, kurangnya nilai ekonomis gerabah menyurutkan generasi muda untuk menekuni potensi kerajinan gerabah ini (Meilan Sugiarto, Ida Susi Dewanti, Adi Suprpto, 2017). Manajemen pemasaran sebagian juga memasarkan secara tradisional hanya menunggu pelanggan yang datang maupun berkunjung ke tempat penjualan tidak pernah mempromosikan melalui teknologi dan informatika. (Sakban et al., 2020).

Menurut Ida Susi Dewanti (2016:76) mengatakan sebagian besar permasalahan bersumber dari kelemahan internal kelompok pengrajin gerabah yaitu kemampuan sumber daya manusia, produksi dan kemampuan memasarkan

produk. Dalam hal ini Subroto (1991: 187) menjelaskan, bahwa ada lima faktor utama yang dapat membuat gerabah tetap tumbuh dan berkembang, yakni; kebutuhan, bahan, teknologi, modal, dan daya kreasi pengrajin



Gambar 2. Kunjungan ke Pengrajin Gerabah Gebangsari

Berdasarkan latar belakang diatas diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai upaya pemecahan atas permasalahan yang ada sehingga dapat membentuk masyarakat yang mandiri secara ekonomi melalui pengetahuan dan ketrampilan produksi gerabah, meningkatkan kualitas produk dan varian gerabah yang diproduksi, meningkatkan volume produksi, memperluas pasar dan volume penjualan serta efisiensi biaya produksi dan pemasaran. Sedang manfaat yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah: 1) tumbuhnya motivasi tinggi untuk pengembangan usaha produksi gerabah pasca pandemi, 2) meningkatnya kuantitas dan kualitas produk gerabah pasca pandemi covid 19 3) meningkatnya produksi gerabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin, 4) meningkatkan pengetahuan startegi marketing/pemasaran untuk mengembangkan jangkauan pemasaran.

Metode

Metode kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan teori dan disertai aplikasi yang diberikan. Kegiatan ini dilakukan untuk mematangkan pengetahuan pengrajin gerabah, sehingga setelah program ini selesai, para pengrajin gerabah masih bisa mengaplikasikan semua materi pelatihan yang diberikan. Adapun prosedur pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Metode pelaksanaan

| No | Jenis metode | Prosedur |
|----|-------------------------------------|---|
| 1. | <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) | a. Kordinasi pelaksanaan FGD b. Penjadwalan FGD c. Pelaksanaan pre-test d. Pelaksanaan FGD |
| 2. | Pelatihan/ Penyuluhan | a. Kordinasi pelatihan b. Penjadwalan pelatihan c. Persiapan bahan dan alat d. Pelaksanaan pelatihan Marketing e. Pelaksanaan post test |
| 3. | Pendampingan | a. Pelaksanaan pendampingan b. Evaluasi keberhasilan |

Focus Group Discussion (FGD)

Tahap persiapan yang dilakukan adalah berkordinasi dengan kepala desa dan perangkat Desa terkait persiapan kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) dan Kegiatan Pelatihan serta mendata pengrajin gerabah yang ada di Desa Gebangsari. Setelah data diperoleh secara komplit, kemudian pengrajin tersebut dibagi menjadi kelompok dengan masing-masing kelompok terdiri dari 5 orang anggota. Setelah kelompok terbentuk, kemudian dilakukan penyiapan material yang akan digunakan untuk proses kegiatan penyuluhan. Kegiatan FGD ini bertujuan menggali permasalahan yang ada pada pengrajin terkait srtategi marketing yang dipandu oleh Ketua Tim dan anggota Tim pengabdian.



Gambar 3. Kegiatan FGD (Focus Group Discussion)

Pelatihan

Pada pelaksanaan pelatihan pengabdian masyarakat di Gebangsari mengundang dua narasumber yang dihadirkan yakni Praktisi Bisnis Nasional Joko Fitra, M.Sc., M.M. dan pakar marketing sekaligus dosen STIE Putra Bangsa Dr. Sigit Wibawanto SE., M.M. Joko Fitra memaparkan bahwa pada umumnya marketing dimaknai sempit yakni transaksi. Padahal kunci marketing yang tepat yakni gaungkan iklan dulu sebelum mencari transaksi. Hingga kini pada umumnya marketing masih dilaksanakan dengan sangat sederhana yakni memasang foto produk di Facebook yang disertai dengan harga. Padahal seharusnya tidak seperti itu. keinginan yang kuat untuk cepat mencapai transaksi justru akan menjadi penghambat bagi tercapainya transaksi. Untuk itu hal terpenting yakni mengiklankan produk. Artinya memberi informasi kepada masyarakat terkait produk tersebut. Informasi atau iklan tersebut harus masif dilaksanakan. Joko seaku narasumber 1 juga mengingatkan pentingnya penggunaan media sosial secara terintegrasi dan terpadu. Dalam hal ini Facebook atau Instagram merupakan media yang sangat tepat untuk mengenalkan atau menginformasikan produk. Sedangkan website berfungsi untuk menjelaskan rinci dengan deskripsi produk tersebut. Sama dengan Website, Youtube menjelaskan secara visual, sedangkan Whatsapp untuk melakukan transaksi. Sedangkan Sigit Wibawanto menjelaskan tentang pentingnya inovasi produk. Dia mendorong perajin gerabah di Desa Gebangsari terus melakukan inovasi.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Strategi Marketing

Hasil dan Pembahasan

Hasil yang dicapai (Output) yang didapat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah 1) Tumbuhnya motivasi tinggi untuk pengembangan usaha produksi gerabah pasca covid 19, 2) Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk gerabah pasca covid 19, 3) Meningkatnya produksi Gerabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin, 4) Meningkatkan pengetahuan strategi marketing/pemasaran untuk mengembangkan jangkauan pemasaran. Ketercapaian sasaran yang dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah 1) Bangkitnya motivasi tinggi untuk pengembangan usaha produksi gerabah pasca pandemi, 2) Pengrajin mempunyai semangat kembali pasca pandemi dalam merawat galeri gerabah sebagai sarana promosi secara gotong royong, 3) Tumbuhnya kesadaran masyarakat terkait pengetahuan strategi marketing sehingga meningkatkan volume penjualan pasca pandemi covid 19.



Gambar 5. Kondisi Galeri Gerabah sebelum pengabdian

Pada Gambar 5 diatas merupakan gambar keadaan galeri gerabah yang cukup memprihatinkan, dimasa pandemi galeri gerabah tutup total dan tidak pernah dibersihkan.



Gambar 6 Penataan Kembali Galeri Gerabah

Pada Gambar 6 kelompok pengrajin bergotong royong untuk membersihkan galeri untuk memulai kembali dan aktivitas pasca pandemi agar geliat edukasi wisata gerabah kembali normal sehingga produktivitas pengrajin meningkat kembali.

Kesimpulan

Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan Di Desa Gebangsari Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen pada kelompok pengrajin gerabah ini adalah:

1. Kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) membahas terkait kendala kendala yang tengah dihadapi oleh para pengrajin gerabah, khususnya ditengah pandemi covid 19, sehingga dalam kegiatan ini dapat menggali permasalahan permasalahan yang dihadapi pengrajin khususnya dibidang marketing. Yang akhirnya dapat menumbuhkan motivasi tinggi untuk pengembangan usaha produksi gerabah pasca covid 19.
2. Kegiatan Pelatihan Strategi Marketing Bagi Pengrajin Gerabah Desa Gebangsari Klirong Kebumen sesuai dengan kendala kendala dan permasalahan yang didiskusikan pada kegiatan FGD sebelumnya, hasil dari pelatihan ini sebagai kegiatan stimulus untuk membangkitkan kesadaran masyarakat terkait pengetahuan strategi marketing sehingga meningkatkan volume penjualan pasca pandemi covid 19.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional Republik Indonesia dan STIE Putra Bangsa Kebumen yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat dan ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Kepala Desa Gebangsari Kecamatan Klirong, Kelompok Pokdarwis dan segenap pengrajin Gerabah sebagai mitra pengabdian.

Referensi

- Campobasso, L and D Davis, (2001). *Reflection on Capacity Building*, the California Wellness Foundation Journal, Volume 2 no. 2. California : Wellness Foundation
- Gita Purwasih, J. H., Wijaya, M., & Kartono, D. T. (2019). Strategi Bertahan Hidup Perajin Gerabah Tradisional. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 159.

<https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p159-167.2019>

- Gustami SP, Saptoto dan Nano S. 1992." *Filosofi Seni Kriya Tradisional Indonesia*", Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni, II/01, BP. ISI Yogyakarta, Yogyakarta
- Herawati, Y., Hamid, A., Herawati, Y., & Hamid, A. (2018). *Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Usaha Wanita Pengrajin Kemplang Panggang Di Kota Palembang 1 . Latar Belakang Program pembinaan dan pemberdayaan terhadap pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) sudah banyak dilakukan baik oleh pemerintah pusat.* 3(1), 9–16.
- Ida Susi Dewanti. 2016. *IbM Bagi Kelompok Pengrajin Gerabah Dusun Pagerjuran Klaten Sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Usaha.* Jurnal Inoteks.Vol 20 No 01 Edisi Februari 2016 Hal 72-81. Di akses dari : <https://journal.uny.ac.id/index.php/inotek/article/view/11287> pada tanggal 25 Agustus 2020 Pukul 10.00 WIB.
- Kemenrstekdikti. 2019. *Buku Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.* Edisi XIII.
- Meilan Sugiarto, Ida Susi Dewanti, Adi Suprpto, dan S. (2017). *IbM BAGI KELOMPOK PENGRAJIN GERABAH DUSUN PAGERJURANG KLATEN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KAPABILITAS USAHA.* *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://journal.uny.ac.id/index.php/inotek/article/view/11287>
- Sakban, A., Bidaya, Z., & Sundara, K. (2020). *PELATIHAN DESAIN CORAK GERABAH BAGI KELOMPOK.* 3(2), 356–365.
- Sciences, H., Wardhani, D. K., Angghita, L. J., Ismail, A., & Soegijapranata, U. K. (2020). *Jurnal abdidas.* 1(3), 131–136.
- Subroto SM.1991." *Keramik sebagai Media Ekspresi Murni*", dalam Soedarso SP, (ed) *Beberapa Catatan Tentang Kesenian Kita*, BP. ISI Yogyakarta, Yogyakarta