

Marketing Online untuk Memperluas Pangsa Pasar Inovasi Kerajinan Gerabah Desa Tondowulan Jombang

Dias Nina Desita*, M. Romadlon Deni, Nur Kholis, Sholikhatun Khasanah
Universitas Negeri Malang, Jalan Semarang 5 Malang

Corresponding author: diasnina@gmail.com

Abstrak

Salah satu desa yang dapat dikembangkan potensi kewirausahaannya adalah Desa Tondowulan Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang. Mayoritas masyarakat desa ini merupakan pengrajin gerabah dengan produk yang dibuat masih sebatas cobek dan layah. Pemasaran produk yang digunakan juga sebatas dari mulut ke mulut (mouth to mouth) sehingga usaha yang dijalankan masyarakat cenderung kurang berkembang. Melihat situasi semacam ini, warga Desa Tondowulan memerlukan adanya inovasi dalam pembuatan produk gerabah, misalnya pembuatan produk gerabah menjadi souvenir yang menarik dan bernilai ekonomi tinggi. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang lebih efektif guna memperluas pangsa pasar agar permintaan terhadap gerabah meningkat. Berdasarkan hal ini memberikan solusi kepada masyarakat Desa Tondowulan berupa pelatihan pemasaran online dan pembuatan produk gerabah menjadi souvenir. Hasil yang dicapai pada pelaksanaan pengabdian ini terhitung memuaskan dengan rincian: 1) Pengrajin Gerabah Desa Tondowulan memiliki keahlian dalam membuat gerabah souvenir dan packaging-nya yang menarik; dan 2) Warga Desa Tondowulan memiliki akun penjualan online untuk memasarkan produk gerabahnya secara lebih luas.

Kata kunci— marketing online, souvenir gerabah, Desa Tondowula

Abstract

One of the villages that can develop their entrepreneurial potential is Tondowulan Village, Plandaan District, in Jombang Regency. The majority of the village community are pottery artisans with products made that are still limited to mortification and disrepair. Marketing of products used is also limited, they just use word of mouth marketing strategy, so that businesses run by communities tend to be less developed. Seeing this kind of situation, the residents of Tondowulan Village need innovation in making pottery products, for example making pottery products into interesting souvenirs and high economic value. It also requires more effective marketing to expand market share so that demand for pottery increases. Based on this, provide solutions to the Tondowulan Village community in the form of online marketing training and making pottery products into souvenirs. The results achieved in the implementation of this service are satisfactory with the following details: 1) Pottery Craftsman in Tondowulan Village has expertise in making attractive souvenirs and packaging pottery; and 2) Residents of Tondowulan Village have an online sales account to market their pottery products more broadly.

Keywords— online marketing, pottery souvenirs, Tondowulan Village

1. PENDAHULUAN

Salah satu desa yang dapat dikembangkan potensi kewirausahaannya adalah Desa Tondowulan Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang. Desa ini memiliki berbagai kreatifitas dalam membuat kerajinan gerabah. Banyak warga yang membuat kerajinan gerabah sebagai profesi utama dan produk yang dihasilkan masih sebatas cobek dan layah. Berdasarkan arsip kelurahan Tondowulan jumlah pengrajin gerabah ada sekitar 1053 orang, Jumlah petani 122 orang, buruh tani 27 orang, Karyawan Pabrik 3 Orang, Wiraswasta 63 Orang, PNS 31 Orang, TNI/Polri 3 orang, Pensiun

25 Orang. Dengan demikian mayoritas mata pencaharian warga Desa Tondowulan adalah menjadi Pengrajin Gerabah.

Gerabah telah lama dikenal baik sebagai peralatan rumah tangga ataupun souvenir. Sesuai hasil observasi yang telah dilakukan, pembuatan gerabah di Dusun Mambang Desa Tondowulan yang ada saat ini adalah hasil turun-temurun dari keluarga terdahulunya. Sebagian besar dari pengrajin gerabah adalah ibu-ibu lansia. Kerajinan gerabah di Desa Tondowulan yang dilakukan sejak tahun 1890 ini harus dapat dilestarikan secara terus menerus dan kondisi saat ini pembuatan gerabah perlu mendapatkan perhatian dari generasi

penerus (pemuda). Apabila tidak dilestarikan maka kerajinan gerabah akan musnah (Purwasih dkk., 2019; Soebroto, 2018) sehingga ciri khas yang ada di Desa Tondowulan berupa sentra produk gerabah ini akan hilang.

Penjualan kerajinan gerabah sebenarnya merupakan kegiatan ekonomi yang menjanjikan jika dikelola dengan baik, mulai dari proses pencarian bahan hingga pemasaran ke masyarakat luas (Purwasih dkk., 2019; Sundari & Nainggolan, 2017). Di sentra pembuatan gerabah yang ada di Desa Tondowulan, setiap pagi banyak tengkulak yang membeli cobek dan layah untuk dijual kembali di pasaran. Harga yang ditawarkan beragam mulai dari Rp 3.000,00 untuk cobek. Harga tersebut dirasa terlalu murah jika dibandingkan dengan keuletan yang dibutuhkan untuk menghasilkan gerabah. Agar proses produksi mulai dari pengadaan bahan baku, proses pembuatan gerabah, proses pembakaran gerabah, serta pengecatan diperlukan perhitungan yang digunakan untuk menentukan harga gerabah. Diperlukan pemasaran yang baik pula agar pengrajin gerabah tidak merugi.

Di kegiatan pengabdian ini, dilakukan sosialisasi kepada generasi muda untuk memotivasi agar berminat melakukan aktivitas memproduksi gerabah sebagai salah satu bentuk wirausaha yang dilakukan. Pelatihan kewirausahaan dilakukan dengan memberikan inovasi berupa pembuatan gerabah souvenir yang dikemas sebagaimana permintaan masyarakat luas yang sering melakukan belanja secara *online*. Tujuan dari pengabdian ini yaitu untuk: (1) Mensosialisasikan kepada para pemuda untuk dapat mengembangkan produksi gerabah di Desa Tondowulan; (2) Memberikan motivasi baru kepada para pengrajin dalam membuat gerabah menjadi produk souvenir yang menarik; (3) Melakukan sosialisasi untuk mengemas produk gerabah menjadi lebih menarik; dan (4) Mengenalkan masyarakat terutama pelaku usaha tentang manajemen pemasaran berbasis *online* guna memasarkan produk gerabah yang telah dibuat.

2. METODE

Strategi pelaksanaan yang dilakukan dalam program ini adalah pendekatan kepada masyarakat desa melalui wawancara serta mencari kesesuaian data dengan cara penggalian informasi (observasi). Adapun langkah-langkah pencapaian program kerja yang telah disusun adalah berdasarkan tahapan berikut:

1. Tahap Observasi. Tahap ini dilakukan dengan melakukan survei atau pengamatan ke penjual souvenir untuk melihat permintaan pasar yang

banyak diminta oleh konsumen. Survei dilakukan di sekitar Kabupaten Jombang.

2. Tahap Koordinasi. Tahap ini dilakukan melalui pelaksanaan koordinasi dengan pengrajin gerabah untuk memperlihatkan beberapa gerabah hasil inovasi yang diminta pasar. Tim pengabdian masyarakat memberikan pengarahan mengenai konsep gerabah yang ada pada saat ini agar diproduksi secara terus menerus.
3. Tahap Persiapan. Tahap ini dilakukan dengan cara mempersiapkan konsep kegiatan yang akan dilaksanakan, yakni berupa pelatihan pembuatan dan *packaging* souvenir dari gerabah serta pemasaran *online*-nya.
4. Tahap Pelaksanaan. Tahapan ini diawali dengan memotivasi generasi muda di Desa Tondowulan agar tertarik melanjutkan usaha produksi gerabah orang tuanya. Motivasi disampaikan dalam bentuk ceramah yang lebih menekankan kepada urgensi keberlanjutan produksi gerabah sebagai peluang ekonomi sekaligus penjagaan terhadap tradisi/ciri khas masyarakat Desa Tondowulan. Peserta pelatihan diberi penjelasan mengenai kesadaran untuk berwirausaha gerabah.
5. Tahap praktik. Setelah peserta diberikan materi, selanjutnya mereka diajak melakukan praktik untuk membuat souvenir dari gerabah serta cara pengemasannya agar menarik dan kekinian. Setelah itu dilaksanakan praktik melakukan pemasaran *online*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kerja “Pelatihan Kewirausahaan” di Desa Tondowulan Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang telah berjalan dengan lancar dan sukses. Tujuan dari program kerja ini telah tercapai, baik tujuan umum maupun tujuannya. Pelaksanaan program kerja ini diawali dengan tahap persiapan yakni observasi lapangan di Desa Tondowulan. Observasi dilakukan untuk melihat adanya produksi gerabah. Selanjutnya, melakukan koordinasi dengan pengrajin gerabah yang terkait dengan program kerja tersebut. Koordinasi ini berkaitan dengan kerjasama untuk melaksanakan program kerja pelatihan kewirausahaan.

Setelah kegiatan koordinasi, selanjutnya yang dilakukan adalah tahap persiapan. Sebelum melaksanakan kegiatan tersebut, panitia mempersiapkan dan mengecek peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan pelatihan kewirausahaan. Setelah memastikan peralatan lengkap termasuk mencoba membuat *packaging* untuk gerabah souvenir. Setelah *packaging* selesai dibuat akan dilakukan simulasi

kepada peserta pelatihan kewirausahaan di Desa Tondowulan *packaging* dibuat agar produk gerabah dapat memiliki nilai jual lebih terhadap pasar.

Tahap pelaksanaan dilaksanakan di kantor Desa Tondowulan. Pelatihan yang dilaksanakan diawali dengan pemberian motivasi kepada generasi muda berkaitan dengan dampak gerabah apabila tidak diteruskan produksinya oleh generasi muda. Jika pemuda berhenti melakukan aktivitas produksi gerabah, maka ciri khas yang ada di Desa Tondowulan akan hilang. Namun perlu digaris bawahi bahwa pemberian motivasi ini bukanlah suatu pemaksaan agar pemuda di Desa Tondowulan tidak boleh melakukan pekerjaan selain memproduksi gerabah. Hal ini dimaksudkan memunculkan inovasi mereka dalam mempertahankan budaya gerabah di tengah-tengah zaman yang semakin modern seperti saat ini.

Saat materi disampaikan, peserta juga dijelaskan mengenai pentingnya melakukan inovasi dalam melakukan produksi gerabah (Soebijarso, 1992). Hal ini dikarenakan saat ini dunia sudah semakin modern dan pangsa pasar perlu diperluas kepada generasi millennial dan generasi Z yang mana mereka merupakan masyarakat penyuka produk kreatif. Dimunculkannya inovasi pembuatan produk gerabah dalam bentuk souvenir kekinian juga dinilai mampu menaikkan harga jual gerabah sehingga pendapatan masyarakat akan meningkat. Lebih-lebih produk souvenir yang dibuat dapat menjadi ciri khas baru dari Desa Tondowulan.



Gambar 1. Peserta melakukan pengecatan gerabah

Setelah diberikan pemaparan motivasi dan materi, peserta pelatihan kewirausahaan dibentuk kelompok untuk melakukan dekorasi produk gerabah yang sudah disiapkan panitia. Pembuatan dekorasi disesuaikan dengan model yang saat ini menjadi tren. Sebab melalui kegiatan ini diharapkan terjadi perluasan pangsa pasar produk gerabah, dari yang sebelumnya hanya kalangan orang tua menjadi menyebar ke kalangan pemuda juga. Mereka dapat menjadikan produk souvenir gerabah sebagai hiasan atau kado bagi orang lain. Harapannya souvenir dari

gerabah juga menjadi tren sehingga dalam setiap kegiatan selalu dibutuhkan. Misalnya saja dalam kegiatan pernikahan yang membutuhkan souvenir dalam jumlah banyak untuk diberikan kepada tamu.



Gambar 2. Peserta melakukan pengecatan gerabah

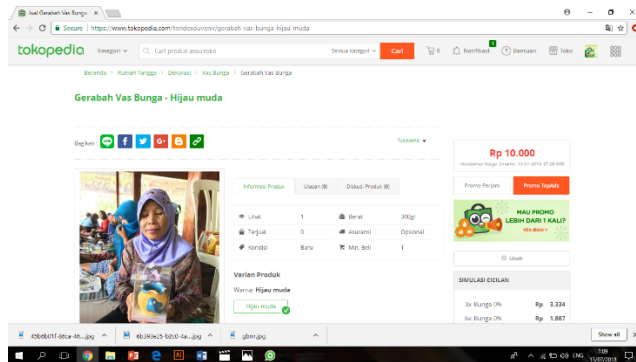


Gambar 3. Peserta melakukan pengemasan gerabah

Selanjutnya, peserta diberikan pelatihan melakukan *packaging* produk gerabah secara menarik. Tahap ini sangat penting dilakukan sebab semakin menarik *packaging* suatu produk, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membelinya (Ahmad & Lakhan, 2012; Deliya & Parmar, 2016; Thøgersen, 1999). Proses *packaging* ini membutuhkan bahan-bahan yang umumnya dijadikan sebagai pembungkus kado. Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini dimana mereka juga terlihat sudah mandiri dalam menentukan bentuk *packaging* yang akan digunakan.

Langkah terakhir dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan materi mengenai pemasaran *online*. Hal ini dilakukan guna memperluas pangsa pasar penjualan produk souvenir gerabah. Terlebih saat ini juga merupakan era digital sehingga pelaksanaan pemasaran *online* sangat diperlukan (Schwarzl & Grabowska, 2015). Di tahap ini tidak hanya dilakukan pemaparan materi akan tetapi juga praktik langsung. Peserta diajak untuk membuat akun toko *online* di salah satu *platform* jual-beli kemudian

mereka juga diminta untuk mengunggah salah satu produk souvenir gerabah yang telah *dipackaging*.



Gambar 4. Peserta berhasil melakukan *upload* produk gerabah ke toko *online* di Tokopedia

Diharapkan dengan dibukanya toko online ini, peserta dapat menjangkau pembeli dari berbagai wilayah. Tidak hanya kalangan orang tua akan tetapi dapat lebih fokus kepada kalangan anak muda yang notabene lebih menyukai barang-barang kreatif seperti souvenir dari gerabah ini. Penjangkauan pangsa pasar ini dapat dilakukan dengan mudah, apalagi jika proses pengemasan produk dapat dilakukan secara menarik.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian ini berjalan lancar dan sukses dimana peserta terdorong untuk melakukan inovasi dalam membuat gerabah. Mereka tertarik untuk melakukan produksi secara lebih besar dalam membuat souvenir dari gerabah. Selain itu peserta juga semangat dalam proses memasarkan produknya melalui toko *online* yang telah dibuatnya.

Selama acara berlangsung yakni pada saat praktik mengemas produk souvenir gerabah serta memasarkannya secara *online*, peserta banyak mengajukan pertanyaan. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini serta memiliki ketertarikan yang cukup kuat untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah didapatkan dari kegiatan ini. Jika hal ini dapat dilakukan secara terus-menerus, maka keuntungan berupa pendapatan ekonomi, produktivitas masyarakat serta penjagaan terhadap budaya pembuatan gerabah di Desa Tondowulan akan diraih masyarakat.

Di sesi akhir acara dilakukan testimoni oleh peserta serta penyampaian beberapa pengumuman oleh panitia. Salah satu pengumuman yang disampaikan adalah pemberian informasi mengenai peserta terbaik selama acara. Beberapa peserta yang berhasil melakukan pengemasan produk paling menarik, diberikan hadiah oleh panitia. Hal ini dilakukan agar acara semakin semarak serta muncul motivasi yang lebih tinggi dari peserta dalam

melakukan keberlanjutan keterampilan yang telah didapatkan hari ini.



Gambar 5. Hasil *packaging* produk souvenir gerabah yang dibuat oleh salah satu peserta

Terdapat beberapa faktor penghambat dalam melaksanakan program kerja ini. Faktor penghambat yang dimaksud antara lain kurangnya pengetahuan tentang pemasaran *online* oleh pengrajin gerabah utamanya usia lanjut. Saat proses unggah produk mereka kebingungan karena memang terkesan gagap akan teknologi. Namun hal ini dapat diatasi dengan baik karena panitia dapat mengarahkan dan mendampingi mereka. Selain faktor-faktor penghambat tersebut, terdapat beberapa faktor pendukung yang menjadi sebab kegiatan ini dapat berjalan sukses dengan presentase 100%. Faktor pendukung tersebut antara lain peserta dari karang taruna diberikan pengarahan mengenai pemasaran *online* untuk selanjutnya dapat dilaksanakan secara terus menerus. Besar harapan juga agar karang taruna dapat membimbing pengrajin gerabah yang sudah tua dalam melakukan pemasaran *online*.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian ini menghasilkan kesimpulan bahwa inovasi pembuatan souvenir dari gerabah berikut cara *packaging*-nya secara menarik serta pelaksanaan *marketing online* dapat diterapkan oleh masyarakat Desa Tondowulan. Hal ini dikarenakan masyarakat memahami urgensi kehadiran inovasi produk gerabah yang dapat diminati masyarakat luas. Selain itu pembuatan produk gerabah dalam bentuk souvenir juga tidak harus memerlukan waktu yang lama, namun bisa memanfaatkan waktu luangnya untuk dapat dijadikan sebagai nilai jual serta dapat mengembangkan kreatifitas warga Desa Tondowulan. Selanjutnya,

setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan ini, dengan adanya praktik pengecatan, pengemasan, dan pemasaran *online* yang telah diselenggarakan di Desa Tondowulan, diharapkan peserta dapat memanfaatkan Gerabah Souvenir dan *marketing online* sehingga mampu mendatangkan keuntungan ekonomi yang tinggi serta terjadi keberlangsungan usaha gerabah sebagai salah satu ciri khas Desa Tondowulan. Selanjutnya program kegiatan ini bisa dilanjutkan oleh kegiatan produksi gerabah menjadi souvenir secara besar-besaran dengan melibatkan bantuan karangtaruna dalam hal pelaksanaan *marketing online*-nya sehingga gerabah Desa Tondowulan memiliki pangsa pasar yang lebih luas

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, N., & Lakhan, A. (2012). *Effect of Product Packaging in Consumer Buying Decision*. 10.
- Deliya, M. M. M., & Parmar, M. B. J. (2016). *Role of Packaging on Consumer Buying Behavior– Patan District*. 21.
- 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>
- Schwarzl, S., & Grabowska, M. (2015). Online marketing strategies: The future is here. *Journal of International Studies*, 8(2), 187–196. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2015/8-2/16>
- Soebijarso, K. (1992). Anyaman pita kulit pada gerabah, menghasilkan produk baru. *Majalah Kulit, Karet, dan Plastik*, 7(12–13), 1. <https://doi.org/10.20543/mkcp.v7i12-13.469>
- Soebroto, R. B. G. (2018). Sentra Gerabah Desa Selogabus, Kec. Parengan Tuban, Pilihan Untuk Punah; Perajinnya Beralih Menjadi Tkw Atau Pembantu Rumah Tangga. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 209. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4439>
- Sundari, J., & Nainggolan, E. R. (2017). *E-Marketplace Desa Gerabah Untuk Pengrajin Di Desa Bumi Jaya Serang Banten*. 3(1), 6.
- Thøgersen, J. (1999). The Ethical Consumer. Moral Norms and Packaging Choice. *Journal of Consumer Policy*, 22(4), 439–460. <https://doi.org/10.1023/A:1006225711603>