

PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH DESA GEBANGSARI KEC. KLIRONG KAB. KEBUMEN

Fa'aturohmah

Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Email : Turohmahfaa@gmail.com

Abstract

Gebangsari pottery is one of the typical products of Gebangsari village which has been passed down from generation to generation from previous ancestors but has not been able to improve the community's economy so that many turn to gardening, farmers' businesses and some go out of town to look for work, lack of knowledge of marketing strategies , also the lack of economic value of pottery, and the shrinking of the younger generation to preserve this pottery craft. This community service is a channel for craftsmen in Gebagsari village, Klirong district, Kebumen district. The method used in this activity is training and mentoring in service and assistance to the village community of Gebangsari. The results of the training and mentoring in the service of this activity are an increase in the knowledge and ability of the community in using social media to be used as a marketing tool, where this is indicated by a change in the average number of people participating in this participation. Keywords: Strategy, Mentoring, Marketing

Abstrak

Gerabah Gebangsari adalah salah satu produk khas desa Gebangsari yang di wariskan secara turun temurun dari nenek moyang terdahulu tetapi belum mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga banyak yang beralih berkebun, usaha petani dan ada juga yang pergi ke luar kota untuk mencari pekerjaan, kurangnya pengetahuan strategi pemasaran, juga kurangnya nilai ekonomi gerabah, dan menyusutnya generasi muda untuk melestarikan kerajinan gerabah ini. Pengabdian masyarakat ini merupakan saluran bagi pengrajin yang ada di desa Gebagsari kecamatan Klirong kabupaten Kebumen. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Pelatihan dan pendampingan dalam pengabdian dan pendampingan kepada masyarakat desa gebangsari. Hasil Pelatihan dan pendampingan dalam pengabdian kegiatan ini yaitu adanya peningkatan dari pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial untuk dijadikan sebagai alat pemasaran, dimana ini ditunjukkan dengan adanya perubahan angka rata-rata masyarakat yang ikut dalam partisipasi ini.

Kata kunci: Strategi, Pendampingan, Pemasaran

PENDAHULUAN

Gebangsari merupakan desa yang berada di kecamatan Klirong kabupaten Kebumen. Jarak desa ini dari kecamatan sekitar 3 kilometer dan dari pusat kota sekitar 12 kilometer. Menurut kepala desa gebangsari (Bapak Dalmo) Gebangsari di kenal sebagai desa sentra kerajinan gerabah di kabupaten Kebumen. Wilayah Gebangsari ini berbatasan dengan wilayah bagian utara dengan desa Klirong, bagian Timur desa Klegenrejo dan desa Klirong, bagian selatan desa Tambakprogaten dan desa Jogosimo, dan bagian barat desa Jogomertan kecamatan Petanahan. Di dalam desa gebangsari terdiri dari beberapa dusun di antaranya dusun krajan, dusun jana, dusun tengahan. 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.

Menurut Kadus desa Gebangsari (Bapak Topik) kerajinan gerabah dulunya peninggalan kerajaan mataram kuno dengan di temukannya sumur gerabah (sumur timba). Seiring perkembangan zaman, gerabah mulai tergantikan dengan perkakas yang terbuat dari plastik maupun aluminium. Namun, hal itu tak membuat patah semangat para perajin gerabah di Gebangsari. Bahkan animo masyarakat menekuni kerajinan gerabah makin meningkat seiring lahirnya inovasi seperti dari pemerintah desa, pendamping desa maupun lainnya yang menggagas kampung wisata gerabah Gebangsari pada 2017.

Kerajinan gerabah telah lama jadi ikon Desa Gebangsari. Palsanya sebagian besar warga desa Gebangsari di Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen itu menggantungkan hidup dari usaha kerajinan gerabah. Produksi gerabah di Gebangsari telah berlangsung turun-temurun. Usaha tersebut merupakan warisan para orangtua terdahulu. Hampir 70% warga Gebangsari berprofesi sebagai perajin gerabah.

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.

Meski belum di-*launching* secara resmi sebagai desa wisata, kampung wisata gerabah Gebangsari sudah banyak mendapatkan kunjungan. Dijelaskan olehnya, berdasarkan data yang ada, pada 2017-2018 lebih dari 6 ribu pengunjung datang ke kampung wisata gerabah Gebangsari. Beberapa yang pernah datang berkunjung antara lain Disperindag Kebumen, Dinas Pariwisata Kebumen serta rombongan edukasi para pelajar dari tingkat Paud, SD, SMP dan SMA. Biasanya para pengunjung belajar cara membuat gerabah lalu di akhir kegiatan, pengunjung diperbolehkan membawa hasil kerajinan gerabah buatannya. Bukan hanya warga lokal Kebumen, sebagian pengunjung datang dari luar kota seperti Purbalingga, Lampung.

Gebangsari termasuk desa berdikari. Konsep dalam desa berdikari yaitu meningkatkan kualitas pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Sasaran utamanya peningkatan kesejahteraan warga,. Dengan implementasi desa wisata, dari pemerintah daerah memberikan dana hibah sebab termasuk dalam desa berdikari. Dana tersebut juga disalurkan kepada para perajin agar lebih tekun berkreasi membuat gerabah.

Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman, keberadaan produk gerabah tradisional atau tembikar kini kian langka. Gerabah sebagai salah satu produk peninggalan budaya itu, kini juga semakin jarang digunakan oleh masyarakat karena tergantikan dengan produk-produk pabrikan. Kini peralatan dapur didominasi produk berbahan berbahan plastik, aluminium hingga stainless.

Di era milenial saat ini, bahkan banyak generasi muda sudah tidak mengenal perkakas dapur dan alat-alat rumah tangga berbahan dasar tanah liat tersebut. Pergeseran saman tersebut secara langsung berimbas telah berdampak pada semakin surutnya para perajin gerabah. Seperti di Desa Gebangsari, Kecamatan Klirong. Akibat lesunya pasar, banyak perajin gerabah di desa ini beralih profesi demi bertahan dan memajukan taraf hidupnya.

Selain beralih ke dunia pertanian, mayoritas warga yang dulu menggantungkan nafkahnya dan memproduksi gerabah, sejak 2017 lalu tercatat hanya sekitar 11 perajin yang masih bertahan. Kini, jumlah warga yang eksis memproduksi terus berkurang karena permintaan pasar juga semakin menurun.

Di tengah sepiya permintaan pasar, para perajin gerabah di desa ini seolah mendapatkan tenaga baru dengan perkembangan di sektor wisata. Dengan difasilitasi oleh pemerintah, tahun 2017 lalu, para perajin mulai melakukan inovasi baru, yakni wisata edukasi atau eduwisata. Sejumlah perajin yang lama berhenti, kini mulai kembali memproduksi gerabah-gerabah. Perkembangan terakhir, sedikitnya 40 perajin kini sudah menekuni kembali profesi lama mereka.

Konsep eduwisata yang ditawarkan di kampung gerabah itu pun kian diminati oleh para wisatawan, baik dari dalam maupun luar kota Kebumen. Khususnya dari kalangan pelajar, mulai dari tingkat PAUD, TK, SD hingga perguruan tinggi. Teknik pembuatan gerabah di kampung tersebut sengaja dijaga orisinalitas tradisionalnya. Karena teknik pembuatan gerabah yang diwariskan secara turun-temurun tersebut menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Desa ini telah berubah layaknya laboratorium gerabah.

Dengan adanya program kampung wisata gerabah Gebangsari, dengan sendirinya memacu para perajin makin kreatif dalam berkarya. Dari kreativitas tersebut, model dan varian juga nilai seni pada produksi gerabah semakin berkembang. Perajin tak hanya membuat gerabah saja tetapi mulai membikin perkakas dan perabot lainnya.

Berjalannya waktu kerajinan gerabah mulai menurun karena belum mampu meningkatkan perekonomian warga masyarakat dikarenakan minimnya jumlah permintaan gerabah sehingga banyak yang beralih buruh batu bata atau genteng bahkan banyak pengrajin usia produktif yang berpindah ke kota besar untuk mencari pekerjaan.



Melihat kondisi yang ada di desa Gebangsari pemerintah Desa berupaya mengangkat peluang yang tampak nyata buat menggerakkan sektor ekonomi masyarakat dalam perspektif pemerintah desa yaitu melalui pendampingan pemasaran untuk itu perlu kiranya bagi pengrajin Gerabah di Desa Gebangsari dilakukan kegiatan memperbaiki kemampuan seseorang, kelompok, organisasi atau sistem untuk mencapai tujuan atau kinerja yang lebih baik. Meliputi manajemen, keuangan dan pencarian dana, program dan evaluasi, supaya pembangunan organisasi efektif dan berkelanjutan. 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. dengan difasilitasi melalui penetapan kegiatan bantuan teknik khusus dari Mahasiswa KKN yaitu pendampinga pemasaran dan penguatan jaringan.

Seperti ketika pandemi tiba, perajin banyak yang berinovasi membikin vas bunga. Para perajin yang sudah lama menekuni gerabah, kini mencoba membuat aneka vas bunga. Melihat di permintaan pasar. Masyarakat banyak yang menggandrungi tanaman hias selama pandemi, kemudian para pengerajin mencoba berkreasi dengan membuat vas. Dan pemasarannyapun cukup bagus. Proses pemasaran vas tidak hanya secara langsung tetapi juga lewat online. Hasilnya cukup lumayan serta bisa untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Pemerintah Desa Gebangsari terus bergerak untuk mengembangkan potensi desa. Antara lain lewat dibangunnya galeri sebagai titik kumpul bagi para wisatawan yang berkunjung. Bangunan tersebut masih dalam proses pembangunan. Dana tersebut diperoleh dari lomba desa berinovasi sekitar 2018-2019.

Pemerintah berharap, galeri itu bisa segera diselesaikan dan dioperasikan supaya pengunjung semakin tertarik untuk berwisata ke Gebangsari. Bila dulu Gebangsari dikenal lantaran aneka kerajinan gerabah seperti ciri, muthu, kendi yang kuat, pengerjaannya halus maka dengan pengelolaan oleh Bapak Darwis (Kelompok Sadar Wisata), ke depan diharapkan makin maju dan berkembang. Banyak dikunjungi orang yang berminat untuk berwisata edukasi.

Gerabah yang ada di Desa 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 gerbah 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. Manajemen pemasaran sebagian juga memasarkan secara tradisional hanya menunggu pelanggan yang datang maupun berkunjung ke tempat penjualan tidak pernah mempromosikan melalui teknologi dan informasi.

Menurut Kasmini mengatakan sebagian besar permasalahan bersumber dari kelemahan internal kelompok pengrajin gerabah yaitu kemampuan sumber daya manusia, produksi dan kemampuan memasarkan produk. Dalam hal ini menurut Darminah menjelaskan, bahwa ada lima faktor utama yang dapat membuat gerabah tetap tumbuh dan berkembang, yakni; kebutuhan, bahan, teknologi, modal, dan daya kreasi pengrajin.

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. Sedangkan manfaat yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah: Tumbuhnya motivasi tinggi untuk pengembangan usaha produksi gerabah, meningkatnya kuantitas dan kualitas produk gerabah, meningkatnya produksi gerabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin, strategi marketing/pemasaran untuk mengembangkan jangkauan pemasaran khususnya melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan omset dan laba penjualan produknya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk pengabdian masyarakat ini yaitu dengan melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran bersama masyarakat desa Gebangsari. Pada pengabdian ini mahasiswa KKN ikut berpartisipasi membantu dan mendampingi masyarakat tentang pemasaran melalui digital khususnya melalui media sosial.

Pendampingan yang dilakukan dengan cara membuat akun for business, mengunggah foto produk, melakukan edit foto melalui fitur dari facebook dan Instagram, serta memberikan respon ke konsumen. Pengambilan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan praktik langsung dalam pendampingan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan dalam pengabdian mahasiswa KKN kepada masyarakat Desa Gebangsari akan dilakukan strategi pemasaran yang lebih mudah dan modern. Pendampingan pemasaran yang dilakukan oleh mahasiswa KKN meliputi informasi pentingnya teknologi internet untuk mendukung bisnis, bagaimana cara mengakses teknologi internet khususnya media sosial, bagaimana cara berkomunikasi dan bagaimana mencari informasi dengan media sosial. Dengan menggunakan internet akan

memungkinkan setiap individu memperoleh informasi apapun dan saling tukar informasi tanpa terkendala.¹

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.²

Pada umumnya strategi pemasaran atau *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.

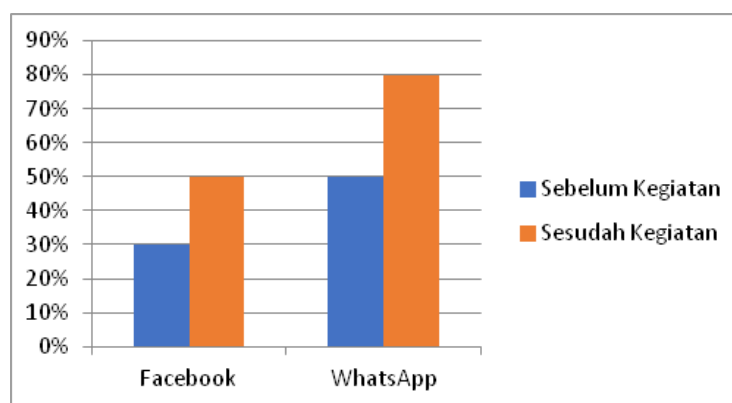
Dengan adanya keinginan yang kuat untuk cepat mencapai transaksi justru akan menjadi penghambat bagi tercapainya transaksi. Untuk itu hal terpenting yakni mengiklankan produk. Artinya memberi informasi kepada masyarakat terkait produk tersebut. Informasi atau iklan tersebut harus masif dilaksanakan.

Media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan media sosial dapat memainkan peran sebagai media komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan.

Pentingnya penggunaan media sosial secara terintegrasi dan terpadu. Dalam hal ini penerapan media sosial, seperti 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.

Berikut ini grafik hasil pendampingan mahasiswa KKN tentang pemasaran digital melalui media sosial Di Desa Gebangsari Kec. Klirong Kab. Kebumen.



Gambar 1

Grafik hasil pendampingan mahasiswa KKN tentang pemasaran digital melalui media sosial di Desa Gebangsari Kec. Klirong Kab. Kebumen.

¹ Sutri Handayani, Abdul Ghofur, Dwi Nur Fadhillah, Pelatihan Dan Pendampingan Dalam Pengabdian Dan Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Homemade Dengan Media Sosial Di Desa Deketagung Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan, *Jurnal Karya Abdi* Volume 4 Nomor 02, Ags 2020

² Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011),.hlm. 02.

Pada gambar grafik 1 di atas merupakan pengetahuan dalam penerapan media sosial WhatsApp lebih besar daripada Facebook. Berdasarkan data masyarakat yang memproduksi Grabah dan mengikuti pendampingan lebih banyak yang mempunyai akun WhatsApp dari pada Facebook. Sehingga dapat diketahui masyarakat yang memproduksi gerabah dan ikut pendampingan sekitar 80% yang memiliki akun di whatsApp dan 50% memiliki akun facebook, hal ini dikarenakan mereka lebih mudah memahami isi whatsApp.

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



Gambar 2

Pendataan pendampingan pemasaran produk gerabah

Pada Gambar 2 di atas merupakan gambar mahasiswa KKN sedang mendata masyarakat yang memiliki produk untuk ikut pendampingan pemasaran produk. Selain dengan pemasaran produk juga penting untuk melakukan inovasi produk. Pengerajin gerabah di Desa Gebangsari sebisa mungkin harus terus melakukan inovasi. Sehingga produknya akan berbeda dengan yang lain dan tentunya akan dicari oleh para konsumen

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan peserta KKN di desa Gebangsari maka dapat di ambil kesimpulan: Bahwa masyarakat yang memproduksi gerabah dan ikut

pendampingan sekitar 80% yang memiliki akun di whatsApp dan 50% memiliki akun facebook, hal ini dikarenakan mereka lebih mudah memahami isi whatsApp.

Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya: Tumbuhnya motivasi tinggi untuk pengembangan usaha produksi gerabah, Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk gerabah, Meningkatnya produksi Gerabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin, Meningkatkan pengetahuan startegi marketing/ pemasaran untuk mengembangkan jangkauan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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.*
- Meilan Sugiarto, Ida Susi Dewanti, Adi Suprpto, dan S. (2017). *IbM BAGI KELOMPOK PENGRAJIN GERABAH DUSUN PAGER JURANG 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>
- Shinta Agustina, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011).