

PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI PENGRAJIN GERABAH DI KAMPUNG KOSAMBI DESA BUMIJAYA

Sulaeman Deni Ramdani^{1*}, Haris Abizar², Ahmad Fauzi³, Herlina Pratiwi⁴

^{1,2,3}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, ⁴Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin

Email : *s.deni.ramdani@untirta.ac.id

Abstract

Pottery is one of the most valuable works of art amid the rapid development of technology. This is increasingly becoming a very formidable challenge for pottery craftsmen who are starting to be abandoned because they are deemed less relevant to the current developments of the millennial century, both in marketing and business sustainability in the future. The purpose of this service is to train the digital marketing skills of pottery craftsmen to be able to expand the marketing of pottery products. The training method uses lectures, demonstrations, and hands-on practice of creating an online marketplace. The activities were carried out in Kosambi Village, Bumijaya Village, Ciruas District, Serang Regency, Banten Province, which is a village center for pottery crafts. The characteristics of the soil in Kosambi Village have a clay texture which is very suitable to be used as raw material for pottery so that people take advantage of this potential to make various crafts from clay. The activity was carried out on September 19, 2022, involving 21 pottery craftsmen. Based on the results of the activity to obtain information data, the training participants have various age ranges from 19 years to 54 years. Experience being a craftsman from 1 year to 30 years in the pottery industry with 11 years of experience. The results of the training show an increase in skills and knowledge about digital marketing, especially in the use of online marketplaces. Based on the results of the evaluation of activities through the distribution of questionnaires on the effectiveness of training activities, data was produced, namely the effectiveness criteria got a score of 3.50 and entered the very effective criteria so that this activity had a positive impact on craftsmen to market their products digitally.

Keywords: earthenware; kosambi, bumijaya village; digital marketing; marketplace

Abstrak

Gerabah menjadi salah satu karya seni yang sangat bernilai ditengah pesatnya perkembangan teknologi yang begitu pesat. Hal ini semakin menjadi tantangan yang sangat berat bagi pengrajin gerabah yang mulai ditinggalkan karena dirasa kurang relevan dengan perkembangan abad milenial saat ini, baik dalam pemasaran maupun keberlanjutan usaha di masa mendatang. Tujuan pengabdian ini yaitu melatih keterampilan digital marketing para pengrajin gerabah untuk dapat memperluas pemasaran produk gerabah. Metode pelatihan menggunakan ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung pembuatan marketplace online. Pelaksanaan kegiatan di Kampung Kosambi, Desa Bumijaya, Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang, Provinsi Banten yang merupakan kampung sentra kerajinan gerabah. Karakteristik tanah yang ada di Kampung Kosambi memiliki tekstur tanah liat yang memang sangat cocok untuk dijadikan bahan baku gerabah sehingga masyarakat memanfaatkan potensi tersebut untuk membuat berbagai kerajinan dari tanah liat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada 19 September 2022 dengan melibatkan 21 pengrajin gerabah. Berdasarkan hasil kegiatan mendapatkan data informasi peserta pelatihan memiliki rentang usia yang beragam dari umur 19 tahun sampai 54 tahun. Pengalaman menjadi pengrajin dari yang baru 1 tahun sampai 30 tahun berkecimpung di industry gerabah dengan pengalaman yaitu 11 tahun. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan dan pengetahuan tentang digital marketing khususnya dalam pemanfaatan marketplace online. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan melalui penyebaran angket keefektifan kegiatan pelatihan menghasilkan data yaitu Kriteria keefektifan mendapatkan skor 3,50 dan masuk kriteria sangat efektif sehingga kegiatan ini memberikan dampak positif bagi para pengrajin untuk memasarkan produk mereka secara digital.

Kata Kunci: gerabah; kosambi, desa bumijaya; digital marketing; marketplace

Submitted: 2022-08-20

Revised: 2022-09-15

Accepted: 2022-09-30

Pendahuluan

Gerabah merupakan warisan budaya tak benda yang memiliki nilai sejarah, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan seni yang tinggi. Nilai-nilai sejarah dan seni yang begitu kuat terdapat pada kerajinan gerabah menjadikannya sebagai peninggalan era kuno yang tetap eksis di zaman modern. Fakta menunjukkan bahwa para generasi muda tidak terlalu tertarik untuk melestarikan kebudayaan gerabah ini dan lebih memilih kerja di Kota. Hal ini juga dirasakan oleh para pengrajin gerabah di Kampung Kosambi Desa Bumijaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang

Provinsi Banten. Para pengrajin yang semakin tahun semakin menurun jumlahnya karena mulai ditinggalkan oleh para generasi muda. Selain itu permasalahan produksi khususnya kualitas dari produk gerabah yang belum optimal, pemasaran masih menggunakan cara tradisional, serta potensi pengembangan sentra gerabah untuk eduwisata yang masih belum berjalan dengan baik.

Gerabah merupakan kerajinan karya seni menggunakan tanah liat yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah bentuk atau profil tertentu sesuai dengan kebutuhan fungsi yang diperlukan. Kerajinan gerabah merupakan warisan budaya leluhur bangsa Indonesia. Masing-masing daerah memiliki karakter khas nya masing-masing. Gerabah di Banten memiliki keunikan yang tidak ada di tempat lain. Gerabah di Banten memiliki ciri yaitu dari perspektif ukuran, bentuk, dan warna. Gerabah di banten rata-rata memiliki ukuran yang besar yaitu tinggi sekitar 50-180 cm dengan diameter mencapai 100 cm. selain itu gerabah di banten menggunakan warna yang cukup menarik yaitu ada warna husam hitam, hijau, dan coklat (Mudra, 2018). Proses pengembangan gerabah sampai saat ini masih mengalami banyak kendala, khususnya di wilayah Serang Banten. Sebuah penelitian menemukan beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industry gerabah yaitu modal, sumber daya manusia, teknologi atau alat produksi yang digunakan, bahan baku, Bencana alam. Organisasi pengrajin, dan kebijakan pemerintah(Hastuti, 2012).

Pengembangan industri gerabah menghadapi tantangan yang semakin tinggi dengan adanya banyak perubahan dan kemajuan teknologi yang ada saat ini. Apabila kendala yang dihadapi oleh para pengrajin tidak diselesaikan dengan tepat, maka lambat laun akan terjadi penurunan produksi yang signifikan karena industri gerabah mulai tenggelam dan ditinggalkan generasi muda. Hal ini yang terjadi di Bumijaya tepatnya kampung Dukuh Ciruas Kabupaten Serang Banten. Terdapat beberapa pengrajin gerabah yang ada didaerah tersebut. Pada tahun 2019 jumlahnya sekitar 300 an tempat produksi, tetapi terjadi penurunan jumlah pengrajin pada tahun 2022. Berdasarkan hasil observasi lapangan, para pengrajin di daerah Bumijaya mengalami permasalahan dalam produksi gerabah yang berkualitas. Pengaruh cuaca sangat signifikan terhadap hasil dari produksi gerabah yang dibuat. Proses pemanasan membutuhkan waktu yang relative lama karena dipengaruhi oleh cuaca.

Selain itu permasalahan inovasi produk gerabah dan keterampilan pengrajin yang masih beragam (Qoyimah, Sukidin, & HMS, 2014). Berdasarkan hasil observasi perlu adanya inovasi bentuk gerabah karena yang dikerjakan masih pada rutinitas yang paling banyak dipesan atau warisan dari generasi sebelumnya. Gerabah memang dikenal dengan karya seni tradisional zaman dulu. Perlu adanya sentuhan inovasi gerabah yang kekinian menyesuaikan dengan perkembangan zaman tetapi dengan tidak meninggalkan identitas gerabah itu sendiri. Hal ini dikarenakan peminat gerabah masih dari kalangan tertentu dan belum menyentuh semua usia. Adanya bentuk yang bervariasi sesuai dengan karakteristik era digital yang sangat menuntut adanya perubahan yang berani menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mulai melirik gerabah sebagai kerajinan tradisional tetapi tetap kekinian dan bisa diterima di pasar. Dibutuhkan upaya yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi baik dari segi cara pembuatan, keterampilan pekerja, proses pematangan serta pemasaran ke konsumen. Pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dari sebuah usaha untuk tetap dapat bertahan di era pandemic covid 19 yang semakin menuntut semua orang untuk kreatif, inovatif, dan mampu berimprovisasi untuk tetap dapat menjalankan roda perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Pemasaran produk merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Para pengrajin gerabah masih menggunakan cara-cara konvensional dalam pemasaran gerabah. Produk hasil gerabah hanya dipasarkan secara tradisional ditawarkan di pinggir jalan, dipajang di depan rumah produksi, atau dijual ke langganan tetap. Hal yang menjadi permasalahan pemasaran dan promosi adalah yang kurang intensif dan kurang menarik (Erica Purnawanti, 2021). Meskipun tidak hanya mengandalkan pemasaran yang bersifat pasif, salah satu yang menjadi faktor utama bertahan adalah pesanan gerabah dari kolega atau langganan yang telah terjalin lama. Pesanan tersebut menjadi pemasukan yang cukup besar karena sifatnya skala besar sehingga keuntungannya pun relative lebih besar. Metode pemasaran yang digunakan saat ini dirasa belum optimal dan perlu ditingkatkan karena masih bertahan dengan cara konvensional dan masih bersifat stagnan serta tidak ada perubahan yang signifikan atau hanya cukup untuk operasional dan pemasukan yang sifatnya masih terbatas. Oleh karena itu, perlu sebuah strategi pemasaran yang sesuai dengan tuntutan dan perkembangan di era digital sekarang ini.

Permasalahan pemasaran merupakan kendala yang harus dihadapi oleh mitra saat ini. Pemasaran yang dilakukan saat ini masih bersifat tradisional. Pelatihan mengenai pemasaran digital sangat diperlukan untuk meningkatkan produksi gerabah (Muhlis, Khusnia, & Yohanes, 2021). Para pengrajin gerabah harus mampu berinovasi dan memiliki kreativitas dalam menghasilkan cara baru dalam memasarkan produk gerabah sehingga mampu meningkatkan penjualan (Hadi, Ningsih, & Wirastomo, 2021). Permasalahan mitra mengenai pemasaran diharapkan dapat selesai dengan adanya solusi yang ditawarkan yaitu melalui dua kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu 1) Pelatihan pemasaran hasil produk gerabah terintegrasi dengan digital marketing, 2) Pelatihan pembuatan *marketplace* jual beli *online* untuk meningkatkan keterjangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Luaran dari kegiatan ini yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin gerabah untuk melakukan promosi secara *online* menggunakan *marketplace*. Para pengrajin memiliki akun *marketplace e* untuk memasarkan produk hasil gerabah yang dihasilkan. Selain itu luaran lainnya adalah berita di media *online* dan publikasi hasil pengabdian kepada masyarakat.

Pengrajin gerabah memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sehingga pemasaran masih menggunakan cara konvensional (Pamungkas, Hidayatulloh, & Yogyakarta, 2019). Pernah ada upaya untuk memberikan solusi permasalahan mengenai pemasaran melalui *marketplace* dibuat secara independen untuk industri gerabah yang ada di Ciruas Serang Banten (Sundari & Nainggolan, 2017). Berdasarkan hasil observasi, keberjalanan program tersebut belum optimal karena permasalahan sulitnya pengelolaan website independen yang menjadi kendala utama. *Marketplace* yang digunakan seharusnya menginduk ke *marketplace* yang mudah digunakan, mudah diakses, dan orang menggunakan *marketplace* tersebut untuk mencari barang. *Marketplace* terbesar di Asia Tenggara saat ini adalah shoppe, Lazada, Tokopedia, bukalapak (Riyanto, 2021). Permasalahan pemasaran produk yang masih konvensional saat ini dapat dioptimalkan dengan mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi serta cara konvensional untuk mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan produk secara nasional bahkan internasional. Berdasarkan uraian permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin gerabah di Kampung Kosambi Desa Bumijaya, perlu adanya solusi strategis untuk menyelesaikan permasalahan khususnya dalam pemasaran produk melalui kegiatan pelatihan digital marketing untuk para pengrajin gerabah. Tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin gerabah dalam pemasaran produk menggunakan teknologi digital yang saat ini digunakan banyak orang untuk melakukan transaksi jual beli.

Metode

Berdasarkan penentuan permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin gerabah di kampung kosambi desa bumijaya kecamatan ciruas kabupaten serang provinsi banten, maka disimpulkan perlu adanya pelatihan khususnya mengenai peningkatan keterampilan digital marketing untuk memasarkan produk hasil gerabah melalui platform digital. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, demonstrasi dan praktik langsung pembuatan *marketplace online*. Pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing menjadi salah satu alternatif solusi yang sangat strategis karena pemasaran saat ini masih bersifat konvensional dan belum secara utuh menerapkan digital marketing. Kegiatan akan melibatkan 21 orang pengrajin gerabah dari berbagai usia untuk mengetahui bagaimana caranya menggunakan digital marketing untuk memasarkan produk mereka di internet secara luas. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan menyebar instrumen kepada para peserta pelatihan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 19 September 2022. Analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif untuk menjabarkan data yang diperoleh dari pre-test dan post test. Pelatihan pembuatan *marketplace* jual beli *online* untuk meningkatkan keterjangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Setelah para pengrajin paham mengenai digital marketing, selanjutnya adalah melatih bagaimana mengelola *marketplace online* di internet untuk mengoptimalkan potensi pemasaran secara *online*. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan jumlah penjualan produk. Untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan menggunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Keefektifan

Rentang Nilai	Kriteria
3,40 – 4,00	Sangat Efektif
2,60 – 3,33	Efektif
1,70 – 2,50	Kurang Efektif
1,00 – 1,60	Tidak Efektif

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan digital marketing bagi pengrajin gerabah di kampung kosambi desa bumijaya dilakukan berdasarkan masukan dan kebutuhan dari para pengrajin gerabah di kampung kosambi desa bumijaya kecamatan ciruas kabupaten serang provinsi banten. Kampung kosambi merupakan kampung sentra kerajinan gerabah yang telah ada sejak zaman kesultanan (Mughtar & Padmadisastra, 1984). Berdasarkan hasil observasi dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, memperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2. Data Jenis Kelamin Peserta Pelatihan

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	12	57%
2	Perempuan	9	43%
Jumlah		21	100

Berdasarkan data peserta yang mengikuti pelatihan, terdapat 9 orang pengrajin perempuan dan 12 orang pengrajin laki-laki. Terdapat hal unik yaitu beberapa pengrajin senior tidak bisa menghadiri kegiatan pelatihan dikarenakan sibuk dengan pekerjaan hariannya sehingga menugaskan anak atau kerabat yang ikut bekerja di industry gerabah masing-masing untuk mewakili industry gerabah tersebut. Berdasarkan kejadian tersebut maka rentang usia peserta pelatihan cukup jauh yaitu dari yang paling muda umur 19 tahun dan yang paling senior 54 tahun. Berikut ringkasan tabel rentang usia peserta pelatihan.

Tabel 3. Data Jenis Kelamin Peserta Pelatihan

Rentang	Frekuensi	Persentase
19 - 23	3	14%
24-29	6	29%
30 - 35	5	24%
36 - 41	3	14%
44 - 49	2	10%
50 - 54	2	10%
Total	21	100%

Selain itu, lama bekerja para pengrajin gerabah yang mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing cukup beragam. Hal ini menunjukkan adanya kolaborasi antar generasi dalam mempelajari digital marketing untuk pemasaran produk gerabah yang dihasilkan. Berikut data lama bekerja peserta pelatihan.

Tabel 4. Data Lama Bekerja dibidang Gerabah Peserta Pelatihan

Lama Bekerja (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1-7	7	33%
8-14	7	33%
15-21	4	19%
22-30	3	14%
Total	21	100%

Data tabel 3 menunjukkan bahwa variasi lama bekerja cukup beragam dari kategori 1-7 tahun terdapat 7 orang pengrajin, 8-14 tahun terdapat 7 orang pengrajin, 15-21 tahun terdapat 4 orang pengrajin, dan 22-30 tahun terdapat 3 orang pengrajin. Peserta pelatihan dominan merupakan generasi muda yang sudah mahir menggunakan handphone dan teknologi digital lainnya. Meskipun demikian, terdapat beberapa peserta yang sudah masuk di usia 40-50 tahun tetapi tetap semangat mengikuti kegiatan pelatihan karena menganggap penting dan perlu peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam pemasaran digital menggunakan marketplace online. Semua peserta mengikuti dengan antusias dan penuh semangat. Berikut foto kegiatan pelatihan



Gambar 1a. Pelatihan digital marketing



Gambar 1b. Pemateri mendampingi pelatihan

Berdasarkan foto diatas menunjukkan bahwa peserta mengikuti kegiatan dengan baik. Peserta dilatih untuk membuat marketplace online dan langsung membuat akun serta simulasi untuk pengisian data produk yang dijual. Para pengrajin menyimak dan setelah itu satu-satu mencoba untuk membuat akun marketplace online serta mengisi data yang diperlukan untuk jualan online. Diskusi dan tanya jawab dilakukan selama proses pelatihan dan hal ini merupakan bentuk antusias peserta dan mereka merasa bahwa pelatihan digital marketing merupakan salah satu alternatif pemasaran produk gerabah yang strategis untuk era digital saat ini. Setelah kegiatan selesai tim pengabdian membagikan kuisisioner untuk evaluasi dan meninjau efektivitas kegiatan pelatihan. Berdasarkan data yang diperoleh, kegiatan pelatihan mendapatkan skor keefektifan yaitu sebesar 3,50 dan masuk dalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin dalam memasarkan produk hasil gerabah menggunakan platform digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelatihan digital marketing untuk para pengrajin gerabah di kampung kosambi desa bumijaya kecamatan ciruas kabupaten serang provinsi banten, menghasilkan kesimpulan yaitu pelaksanaan pelatihan masuk kategori sangat efektif dengan mendapatkan skor 3,50. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat pengrajin gerabah memang sangat membutuhkan sentuhan khususnya dalam pemasaran produk melalui platform digital atau digital marketing menggunakan marketplace online yang telah banyak digunakan oleh banyak kalangan.

Ucapan Terima kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan dana melalui pengabdian kepada masyarakat skema program kemitraan masyarakat tahun anggaran 2022. Selain itu kami ucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan dukungan admistratif demi kelancaran kegiatan pengabdian ini. Semoga pengabdian ini memiliki manfaat dan dampak positif bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Erica Purnawanti. (2021). *Pemasaran Gerabah Guci Di Bayat Klaten*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hadi, S., Ningsih, N. H. I., & Wirastomo, H. (2021). Pendampingan Tehnik Pemasaran Pada Pengrajin Gerabah Di Desa Banyu Mulek Kecamatan Kediri. *JOBS: Journal Of Business Society* *V, 1*(1), 10–13.
- Hastuti, I. (2012). Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor Yang Mempengaruhi, Dan Strategi Pemberdayaanya Pada Masyarakat Di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 16*(2).
- Muchtar, E., & Padmadisastra, Y. (1984). *Kerajinan Tanah Liat Tradisional Bumi Jaya - Jawa Barat*. Jakarta: Proyek Pengembangan Permuseuman Jakarta Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Mudra, I. W. (2018). *Reproduksi Gerabah Serang Banten di Bali*. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=BO1mDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA16&dq=gerabah&ots=oowyc3AxDx&sig=JJv7tNpk1dMpWuObcDDs4kDAXE8&redir_esc=y#v=onepage&q=gerabah&f=false
- Muhlis, M., Khusnia, H. N., & Yohanes, Y. T. S. (2021). Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital dalam Mempromosikan Gerabah Desa Banyumulek, Kediri, Kabupaten Lombok Barat. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi ...)*, *5*(3), 75–80. Retrieved from <http://www.journal.fdi.or.id/index.php/jatiemas/article/view/516%0Ahttp://www.journal.fdi.or.id/index.php/jatiemas/article/download/516/330>
- Pamungkas, H. A., Hidayatulloh, A., & Yogyakarta, I. (2019). Faktor penentu perkembangan umkm gerabah kasongan bantu yogyakarta Determinants of the development of the kasongan bantu earthenware vessel. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen, 15*(1), 65–71.
- Qoyimah, D., Sukidin, & HMS, U. (2014). *ANALISIS HAMBATAN DAN PERKEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI KERAJINAN KERAMIK DAN GERABAH DI DUSUN PAGERJURANG, KLATEN, JAWA TENGAH*. Retrieved from https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/63154/DINA_QOYIMAH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Riyanto, G. P. (2021). Daftar 10 Marketplace Online Paling Ramai Pengunjung di Asia Tenggara. Retrieved from Kompas website: <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/10/15270037/daftar-10-marketplace-online-paling-ramai-pengunjung-di-asia-tenggara?page=all>.
- Sundari, J., & Nainggolan, E. R. (2017). E-marketplace desa gerabah untuk pengrajin di desa bumi jaya serang banten. *Journal Industrial Servicess, 3*(1), 68–73.