

Pendampingan dan Pelatihan Marketing bagi Pengrajin Gerabah

Moh. Rasidi¹, Muhammad Suparman², Novel Abu Amin Fatoni³, Priyo Anggun Estu Laksono⁴
muhammad.rosyidi09@gmail.com¹, suparman11@gmail.com², novel@gmail.com³,
anggun@gmail.com⁴

^{1,2,3,4}Universitas Nurul Jadid

Abstract: *Community service aims to improve the marketing and sales skills of pottery products by craftsmen in Alas Kandang Village, Besuk District, Probolinggo Regency. The method used in this research is Participatory Action Research (PAR), which involves the active participation of craftsmen in every stage of planning, implementation, and evaluation of activities. The mentoring was conducted through a series of training activities designed to improve the artisans' understanding of effective marketing strategies. The artisans were also involved in the process of problem identification, solution planning, and change implementation as an effort to improve the competitiveness of their pottery products in the market. The results of the activity showed that through the PAR method, the artisans managed to improve their marketing capabilities, from improving product quality to utilizing social media to expand market reach. By actively participating in the research process, the artisans also developed a sense of ownership of the changes that occurred, thus strengthening the sustainability of their marketing efforts. Through this activity, it makes a positive contribution to local economic development, particularly in increasing the income and welfare of pottery artisans. The practical implication of this PkM activity is that the PAR approach can be an effective model in empowering local communities by involving them directly in the efforts to improve their livelihoods.*

Keywords: Craftsmen;
Marketing; Mentoring; PAR;
Pottery; Training

Pendahuluan

Desa Alaskandang dikenal memiliki kekayaan budaya dan seni kerajinan gerabah yang khas dan unik. Potensi ini menjadi sumber daya yang berharga untuk pengembangan ekonomi lokal salah satunya adalah gerabah (Egayanti, Sukidin, & Ani, 2018). Gerabah adalah peralatan yang terbuat dari tanah liat. Dimana dalam pembuatan gerabah ini membutuhkan keahlian khusus (Purwasih, Wijaya, & Kartono, 2019). Pemilihan bahan dasar, pengolahan dan waktu yang tepat sangat berpengaruh signifikan terhadap hasil kerajinan ini. Namun

dijaman yang serba modern ini, (Adi, Ningsih, & Wirastomo, 2021) terkadang banyak pengerajin yang buta akan teknologi yang berdampak ketertinggalan teknik pemasaran gerabah tersebut Pengembangan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan strategi yang diambil oleh perguruan tinggi untuk meningkatkan peran mereka dalam membantu masyarakat mengatasi berbagai permasalahan. Di Desa Alas Kandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo terdapat tantangan yang signifikan terkait pemasaran produk gerabah. Meskipun desa ini kaya akan budaya dan seni kerajinan gerabah yang khas dan unik, pengrajin di sini menghadapi keterbatasan dalam memasarkan produk mereka. Hal ini menimbulkan dampak ekonomi yang signifikan pada masyarakat setempat.

Menurut (Sari & Bakhri, 2017) ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh pengerajin di Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kab. Probolinggo. Diantaranya adalah lokasi yang terletak dipedesaan dimana hal ini menyulitkan pengerajin untuk memperluas mangsa pasar (Anam & Susilo, 2018). Selain itu, kurangnya pemahaman tentang modernisasi teknologi seperti menggunakan sosial media untuk penunjang meningkatkan penjualan (Syafiih M. , Nadiyah, N. Arifin, & Rahayu, 2022). Kedua, pengerajin mengalami kesulitan dalam membangun merk atau memperkuat branding produk gerabah mereka. Branding yang melekat pada produk dimana seharusnya dapat menambah atau meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk mereka. Ketiga, kurangnya pemahaman tentang konsep-konsep pemasaran dimana konsep-konsep pemasaran tersebut dapat menciptakan sebuah teknik pemasaran yang kreatif yang akan meningkatkan daya beli konsumen (Syafiih, Maulana, Hotija, Arifin, & Hati, 2022). Pengrajin mungkin belum terbiasa dengan konsep seperti segmentasi pasar, penetapan harga yang tepat, atau promosi melalui media sosial (Syafiih M. , 2022).

Dari beberapa permasalahan-permasalahan yang dialami oleh pengerajin gerabah dapat ditarik sudut permasalahan adalah keterbatasan aksesibilitas pasar dan pemahaman tentang konsep creative marketing. Tujuan dari Pengembangan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk mengimplementasikan Creative Marketing sebagai solusi yang inovatif dan berorientasi pada konsumen untuk meningkatkan pemasaran produk gerabah bagi pengrajin di Desa Alas Kandang (shaq & Hussain, 2016). (Abdi & Febriyanti, 2020) Creative Marketing adalah pendekatan pemasaran yang menggunakan strategi kreatif seperti pemanfaatan media sosial, membangun branding yang

kuat, dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Dengan demikian, tujuan utama PKM ini adalah: Meningkatkan Aksesibilitas Pasar: Mengatasi kendala aksesibilitas pasar dengan mengajarkan pengrajin tentang penggunaan teknologi modern, seperti media sosial, untuk meningkatkan visibilitas produk gerabah dan mencapai pasar yang lebih luas. (Syafiih, M., 2023) dalam pelatihan dan pendampingan marketing untuk pengrajin gerabah menawarkan pendekatan inovatif dan berkelanjutan untuk meningkatkan visibilitas, penjualan, dan keberlanjutan bisnis para pengrajin. Program ini didesain dengan memanfaatkan teknologi terkini dan praktik terbaik dalam pemasaran. Meningkatkan Pemahaman tentang Konsep Pemasaran Modern: Memberikan pelatihan dan workshop tentang konsep-konsep pemasaran modern dan strategi-strategi kreatif kepada pengrajin, sehingga mereka dapat meningkatkan daya tarik produk dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Pendekatan holistik dalam pelatihan dan pendampingan ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang pasar, keterampilan teknis pemasaran, dan elemen etika serta keberlanjutan. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis, tetapi juga memberdayakan pengrajin gerabah untuk menjadi pelaku yang sadar dan berdaya saing di pasar global.

Metode

Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan metode PAR (*Participatory Action Research*), dalam penerapan metode melibatkan langsung terhadap para pengrajin gerabah melalui pendampingan dan pelatihan pelaksanaan.



Gambar 1. Kerangka metode pelaksanaan

Adapun tahapan dalam metode PAR (*Participatory Action Research*) menurut (Rahmat & <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>

Mirawati, 2020) yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian sebagai berikut :

A. Tahapan pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang dilakukan tim PKM dalam melakukan pemecahan masalah yang ditawarkan adalah dengan melakukan koordinasi dengan ketua kelompok pengrajin gerabah di Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo (omar, Karsono, Aniqoh, Aini, & Anjani, 2022). Koordinasi dilakukan dengan cara rapat terlebih dahulu untuk memulai tahapan yang akan dilakukan dalam pelatihan pengrajin gerabah. Kemudian, respon dari ketua kelompok pengrajin gerabah menyambut dengan senang hati pelatihan yang akan dilakukan oleh anggota PKM. Sehingga bertepatan pada tanggal 26 Juli 2023, tim anggota PKM melakukan koordinasi dengan ketua kelompok. Sebelumnya, tim anggota PKM melakukan permohonan ijin kepada kepala desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo.

B. Partisipasi mitra

Masyarakat pengrajin gerabah Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo berperan penting dalam kegiatan PKM ini. pengrajin di Desa Alaskandang memberikan tempat kepada tim pelaksana kegiatan untuk mengimplementasikan gagasannya mengenai kendala pemasaran yang kurang luas dan kurang efektif sehingga tim pelaksana kegiatan memberikan solusi, yaitu melalui penerapan pemasaran kreatif. (Candraningrat, Adrianto, & Wibowo, 2018) Keberlanjutan upaya program pengabdian masyarakat ini diwujudkan dengan menjadikan mitra sebagai wadah pelaksanaan kerajinan gerabah. Sebagai target umum adalah pengembangan kegiatan pemasaran gerabah, dengan salah satu programnya adalah penerapan pemasaran kreatif.

C. Pembagian peran

Fungsi dan tugas masing-masing anggota tim sesuai dengan kompetensi dan penugasannya:

1) Membantu pengembangan desain seni gerabah

Proses pengembangan desain kerajinan gerabah (desain gerabah seni) memerlukan pengenalan berbagai desain gerabah seni. Desain gerabah seni yang diperkenalkan adalah desain-desain yang banyak diminati oleh konsumen,

sebagai gambaran pembuatan gerabah seni di Desa Alaskandang. Selain bentuk dan desainnya yang beragam, contoh gerabah seni tersebut juga memperlihatkan berbagai macam finishing produk dengan menggunakan bahan-bahan alami yang dapat diperoleh dengan mudah dan murah. Dalam rangka mengembangkan kualitas sumber daya manusia, diperlukan pelatihan dan pendampingan kepada para pengrajin gerabah di Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo secara intensif. Pelatihan yang akan diberikan kepada pengrajin meliputi pelatihan pengembangan bentuk, pewarnaan, dan finishing yang nantinya mendukung peningkatan keterampilan pengrajin dan dengan demikian akan memperbaiki kualitas atau kompetensi sumber daya manusia pengrajin gerabah di Desa Alaskandang sehingga dapat menghasilkan produk yang memiliki daya saing tinggi.

- 2) Peningkatan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan dan keterampilan
Sebagai langkah awal untuk membantu pengrajin dalam meningkatkan manajemen pemasaran dalam bentuk perluasan jaringan pemasaran, anggota tim pelaksana kegiatan akan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait, agar para pelaku usaha gerabah dapat menembus pasar nasional maupun internasional baik dari Kabupaten Probolinggo maupun dari berbagai daerah untuk dapat memberikan akses pasar kepada para pengrajin gerabah Desa Alaskandang agar produknya dapat ditampilkan di website promosi mereka atau dalam program promosi mereka dalam bentuk lain seperti pameran dengan tidak membebani para pengrajin. Selain itu, anggota tim pelaksana juga akan membantu merintis kerjasama promosi dengan pengrajin/pengusaha gerabah di seluruh wilayah Kabupaten Probolinggo.
- 3) Pelatihan manajemen pemasaran termasuk pengembangan situs web untuk pengembangan pemasaran online.

Tim PKM berperan sebagai pendamping dan fasilitator untuk membantu para pengrajin gerabah memahami konsep pemasaran yang kreatif dan berorientasi pada konsumen. Mereka dapat memberikan bimbingan dan pendampingan kepada para pengrajin dalam mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif. Sebagai tutor, kami mengajari para pengrajin cara menggunakan platform digital, teknik pemasaran online, dan analisis data untuk mengukur efektivitas

promosi. Melakukan penelitian pasar dan menganalisis minat konsumen terkini. Memberikan pemahaman kepada pengrajin tentang keinginan konsumen, permintaan pasar, dan bagaimana produk gerabah dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

D. Hasil

Hasil dari kegiatan pengabdian membantu aktif para pengrajin dalam mempromosikan hasil kerajinannya dengan baik dan maksimal dengan memanfaatkan teknologi informasi marketing sehingga hasil produksi dari kerajinan dengan cepat dikenal oleh masyarakat luas.

Pembahasan

Adapun pembahasan dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim di Alaskandang Besuk Probolinggo. Pembuatan gerabah adalah seni yang sudah ada sejak berabad-abad yang lalu, namun untuk menghasilkan barang yang berkualitas dan bermutu tinggi, diperlukan solusi yang cermat dan terencana. Di Desa Alaskandang yang terkenal dengan warisan gerabahnya, sekelompok pengrajin berkolaborasi untuk menciptakan solusi yang inovatif dan efektif. Perajin fokus pada pemilihan bahan baku yang berkualitas. Mereka bekerjasama dengan pakar geologi untuk mengidentifikasi dan memilih tanah liat yang memiliki komposisi ideal. Tanah liat yang kaya mineral tidak hanya memberikan kekuatan dan daya tahan, tetapi juga meningkatkan kualitas penampilan dan daya tarik visual gerabah yang dihasilkan. Strategi pemasaran produk gerabah juga tidak kalah pentingnya. Para pengrajin membentuk kerjasama untuk memasarkan produk mereka bersama-sama. Mereka juga memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar lokal dan internasional.



Gambar 1. Pendampingan dalam upaya peningkatan desain produk

Berdasarkan data yang diperoleh selama kegiatan pengabdian, teknik pemasaran yang digunakan oleh perajin gerabah di desa Alaskandang masih menggunakan teknik tradisional dimana perajin hanya mengandalkan kuota yang dapat ditampung oleh pemasok dan jumlah pemasok di desa Alaskandang masih terbilang terbatas. Untuk mengatasi masalah tersebut, Tim PkM melakukan pendampingan dan pelatihan yang bertujuan untuk mengenalkan pemasaran kreatif kepada para pengrajin di desa Alaskandang. Setelah melakukan pendampingan dan pelatihan, diperoleh hasil seperti yang diharapkan oleh tim PkM, yaitu adanya peningkatan penjualan. Setelah dilakukan analisis lebih lanjut, permasalahan tidak meningkatnya penjualan kerajinan di desa Alaskandang adalah suplier dan konsumen dari luar belum mengetahui keberadaan pengrajin gerabah di desa Alaskandang. Adapun data peserta dalam kegiatan pendampingan berdasarkan usia sebagaimana tabel 1.

Table 1 peserta pelatihan berdasarkan usia

Kategori	Kelompok Pengrajin	Jumlah peserta
Usia 20-25	4 kelompok	20 peserta
Usia 26-30	2 kelompok	10 peserta
Usia 30-35	3 kelompok	15 peserta
Usia 36-40	2 kelompok	16 peserta

Kerajinan gerabah yang diproduksi oleh pengrajin gerabah di desa Alaskandang beragam, antara lain cobek, wadah ari-ari, celengan, dan lain-lain. Adapun yang menjadi kendala dalam penjualannya yang masih menunggu supplier untuk membeli hasil barangnya, sehingga banyak barang produksinya yang tidak terjual kepada supplier dengan adanya faktor penghubung kebutuhan masyarakat yang tidak fokus pada semua barang produksinya. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, tim PkM melakukan pendampingan dan memberikan pemahaman tentang pentingnya pengenalan produk kepada konsumen secara langsung. Dalam hal ini, kami melibatkan perwakilan dari kelompok perajin untuk mengikuti pameran atau pasar minggu di mana calon konsumen berkumpul. Dengan mengikuti pameran atau bertemu dengan calon konsumen, diharapkan para perajin dapat menjelaskan secara detail keunggulan dan kualitas produk gerabah tersebut.

Dalam melaksanakan kegiatan PkM, kami menemukan permasalahan yang dapat dijadikan evaluasi dalam melanjutkan program PkM kedepannya. Dimana program yang kami laksanakan mendapat respon yang positif oleh para perajin, namun keterbatasan penggunaan bahasa yang lebih modern menjadi keterbatasan kami untuk melakukan pendampingan. Dimana kami harus menjelaskan secara detail mengenai bahasa yang mungkin saja para perajin tidak pernah mendengar atau mengenali bahasa tersebut. Evaluasi program dalam pelaksanaan program PkM ini adalah mengedepankan pengenalan konsep pemasaran yang kreatif.

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan dan marketing pemasaran yang dilakukan oleh tim memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan dan peningkatan kapasitas pengrajin gerabah lokal. Melalui pendampingan intensif dan pelatihan pemasaran yang diberikan, para pengrajin tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mereka tetapi juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang efektif. mampu meningkatkan pemahaman dan pengetahuan baru bagi kelompok pengrajin gerabah tentang kebutuhan pasar serta perkembangan teknologi dalam hal peningkatan hasil produksi. Pendampingan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat pengrajin dalam beragam desain baru sehingga para pengrajin bisa bersaing dengan produk baru

yang lebih baik sesuai kebutuhan konsumen.

Dengan adanya pengabdian ini Desa Alas Kandang di Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo, dapat melihat perkembangan positif dalam sektor kerajinan gerabahya. Para pengrajin kini memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara memasarkan produk mereka, mencapai pasar yang lebih luas, dan membangun hubungan positif dengan pelanggan. Inisiatif ini juga memberikan dorongan ekonomi bagi masyarakat setempat dan meningkatkan nilai produk gerabah secara keseluruhan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Desa Alaskandang Besuk Probolinggo yang telah memberikan kami kesempatan untuk melaksanakan PkM sehingga kami bisa mengetahui secara langsung kendala para pengrajin selama ini. Terima kasih kami sampaikan kepada semua kelompok pengrajin gerabah yang sudah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan PkM sehingga kami bisa ikut andil dalam peningkatan kemampuan masyarakat dalam penyelesaian masalah selama ini terutama dalam pemasaran hasil produksi kerajinan gerabah. Yang terakhir kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang ikut andil dalam pelaksanaan kegiatan PkM, dukungan berupa pemikiran, analisis dan masukan dalam kegiatan ini sehingga kegiatan PkM berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Abdi, M. K., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan strategi pemasaran Islam dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa Pandemi Covid-19. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business*, 160-178.
- Adi, S., Ningsih, N. H., & Wirastomo, H. (2021). Pendampingan Teknik Pemasaran Pada Pengrajin Gerabah Di Desa Banyu Mulek Kecamatan Kediri. *JOBS: Journal Of Business Society*, 20-31.
- Anam, A. K., & Susilo, E. (2018). Peningkatan produktivitas dan manajemen usaha pada pengrajin anyaman rotan melalui implementasi teknologi tepat guna. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 185-191.
- Candraningrat, C., Adrianto, Y. R., & Wibowo, J. (2018). Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 12-19.
- Egayanti, A., Sukidin, S., & Ani, H. M. (2018). Perilaku Kewirausahaan Pengrajin Gerabah di Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 44-50.
- omar, M. N., Karsono, L. D., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas umkm

- berbasis digital dengan metode participatory action research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 74-81.
- Purwasih, J. H., Wijaya, M., & Kartono, D. T. (2019). Strategi Bertahan Hidup Perajin Gerabah Tradisional. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 159-167.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model participation action research dalam pemberdayaan masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 62-71.
- Sari, W. T., & Bakhri, S. (2017). Strategi Dan Tantangan Pengrajin Lurik Kembangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Industri Lurik Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 9-16.
- shaq, M. I., & Hussain, N. M. (2016). Creative marketing strategy and effective execution on performance in Pakistan. *Revista de Administração de Empresas*, 668-679.
- Syafiih, M. (2022). Syafiih, M. (2022). Digitizing Arudh and Qowafi Classics as Android-Based Student Learning Media Using Flutter. *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, 129-135.
- Syafiih, M. (2023). Klasifikasi Kategori Berdasarkan Tingkat Ketergantungan Siswa Terhadap Penggunaan Smartphone Di SMK Negeri 1 Suboh Situbondi. *Journal of Electrical Engineering and Computer (JEECOM)*, 329-338.
- Syafiih, M., Maulana, A. I., Hotija, S., Arifin, N. H., & Hati, S. (2022). Manajemen Proyek Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Pengetahuan PKK Desa Kalianan dengan Pelatihan Menggunakan Marketplace. *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, 181-188.
- Syafiih, M., Nadiyah, N. Arifin, N. H., & Rahayu, S. I. (2022). Pemodelan Proses Bisnis Aplikasi Marketplace Olahan Berbahan Baku Umbi Ganyong sebagai Edukasi bagi Ibu-Ibu PKK Desa Kalianan Krucil Probolinggo. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 121-125.
- Syafiih, M., Nadiyah, N., & Muafi, M. (2023). Penerapan Framework CI (Codeigniter) pada Pemesanan Wedding Organizer (Studi Kasus CV. Nugie Wedding Organizer Besuki). *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 67-75.
- Syafiih, M., Nadiyah, N., & Muafi, M. (2023). Penerapan Framework CI (Codeigniter) pada Pemesanan Wedding Organizer (Studi Kasus CV. Nugie Wedding Organizer Besuki). *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 67-75.