

STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK GERABAH TUBAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PASAR

Satya Irawatiningrum^{1*}, Hasanul Bulqiyah², Nibrosu Rohid³

^{1,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas PGRI Ronggolawe

²Program Studi Ilmu Politik, Universitas PGRI Ronggolawe

email: regzinata2012@gmail.com

Abstract: Karang Village, which is one of the villages in Semanding Subdistrict, has diversity in the livelihoods of its people. Likewise, the community-owned businesses have not yet shown a characteristic in Karang Village, which has an area of 156,002 Ha. Therefore, the service proposal team chose one type of business to be developed, namely pottery. There are quite a lot of pottery craftsmen in Karang Village, however, their economic conditions are far from prosperous. Seeing how complex the problems faced by partners are, it is necessary to prioritize the problems that will be overcome through this service activity, namely pottery diversification training and marketing promotion strategy training. The method goes through several stages, namely socializing the importance of diversifying pottery products. Partners can work directly to produce products other than pottery, finishing the product, and the pottery marketing stage. The results of this service are that the Karang Village community who participated in the training were able to make pottery in various forms, such as piggy banks, flower vases, ashtrays, and so on. As for marketing, these pottery products are marketed through social media.

Keywords: training; pottery; marketing

Abstrak: Kelurahan Karang yang merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Semanding memiliki keberagaman dalam mata pencaharian masyarakatnya. Begitu juga dengan usaha-usaha yang dimiliki masyarakatnya, belum menunjukkan suatu ciri khas di Kelurahan Karang yang memiliki luas wilayah 156.002 Ha. Oleh karena itu, tim pengusul pengabdian memilih salah satu jenis usaha yang ingin dikembangkan, yaitu gerabah. Pengrajin gerabah di Kelurahan Karang lumayan banyak, namun, kondisi ekonomi mereka sangatlah jauh dari kata sejahtera. Melihat betapa kompleksnya permasalahan yang dihadapi mitra, maka perlu prioritas terhadap permasalahan yang akan diatasi melalui kegiatan pengabdian ini, yaitu pelatihan diversifikasi gerabah dan pelatihan strategi promosi pemasaran. Metode yang digunakan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi pentingnya diversifikasi produk gerabah, kemudian mitra diberi kesempatan untuk berkarya secara langsung menghasilkan produk selain gendok, *finishing* produk tersebut, dan tahap pemasaran gerabah. Hasil dari pengabdian ini adalah masyarakat Kelurahan Karang yang mengikuti pelatihan mampu membuat gerabah dalam bentuk bermacam-macam, seperti celengan, vas bunga, asbak, dan lain sebagainya. Sedangkan masalah pemasaran, produk-produk gerabah ini dipasarkan melalui media sosial.

Kata kunci: pelatihan; gerabah; pemasaran

PENDAHULUAN

Kelurahan Karang yang merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Semanding memiliki keberagaman dalam mata pencaharian masyarakatnya. Begitu juga dengan usaha-usaha yang dimiliki masyarakatnya, belum menunjukkan suatu ciri khas di Kelurahan Karang yang memiliki luas wilayah 156.002 Ha. Padahal kondisi geografis Kelurahan Karang sangat cocok untuk bertani dan berkebun, karena berada di ketinggian 105 mdpl.

Namun, ada sebagian juga warga yang memiliki mata pencaharian yang lain, seperti usaha pribadi atau wirausaha. Berbagai jenis usaha yang digeluti warga Kelurahan Karang antara lain, agen *frozen food*, *home industry* keripik tempe, batik, pengrajin gerabah, persewaan terop, dan lain sebagainya.

Usaha-usaha rumahan ini sebetulnya sudah mendapatkan pendampingan oleh kelurahan setempat. Namun hingga saat ini belum ada satu produk pun yang bisa menjadi andalan di Kelurahan Karang. Padahal potensi yang ada sangat besar.

Oleh karena itu, tim pengabdian memilih salah satu jenis usaha yang ingin dikembangkan, yaitu gerabah. Kerajinan gerabah merupakan perkakas rumah tangga berupa barang-barang fungsional maupun dekoratif yang dihasilkan dari ketrampilan tangan manusia. (Yuningsih, 2019) Gerabah merupakan salah satu bagian dari keramik yang terbuat dari tanah liat, yang dilihat berdasarkan atas tingkat dari kualitas bahannya. Tanah liat tersebut akan dibentuk sedemikian rupa dan kemudian akan dibakar dijadikan alat-alat yang berguna agar dapat membantu kehidupan manusia (Dewi et al., 2022)

Sedangkan proses pembuatan gerabah masih belum sejalan dengan perkembangan teknologi. Mulyah menyatakan bahwa proses pembuatan gerabah dilakukan secara tradisional sejak zaman dahulu, meskipun banyak teknologi yang ada sekarang ini (Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020).

Pembuatan gerabah membutuhkan api sebagai faktor yang utama, karenanya dapat dipastikan bahwa munculnya gerabah merupakan efek lain dari penemuan dan domestikasi api. Masyarakat yang belum mengenal api tentu belum bisa memproduksi gerabah, (Pratiwi, 2019)

Mengapa produk gerabah sebagai sasaran tim pengabdian? Beberapa alasan bisa tim pengabdian uraikan. Pertama, pengrajin gerabah di Kelurahan Karang cukup banyak. Namun, kondisi ekonomi mereka sangatlah jauh dari kata sejahtera. Para pengrajin gerabah ini mewarisi ketrampilan tersebut secara turun-temurun. Dan memang gerabah tradisional merupakan warisan budaya yang patut dilestarikan. (Gita Purwasih et al., 2019)

Produk gerabah yang dihasilkan oleh para pengrajin hanya satu jenis, yaitu *gendok*. Kedua, jika dilihat dari akumulasi penjualan produk gerabah/*gendok* ini, memang produk gerabah sangat dinikmati dan disukai oleh masyarakat. karena *gendok* merupakan kebutuhan bagi para nelayan dan orang-orang yang baru melahirkan, sehingga produk ini pasti laku. Hal ini bisa diketahui dari wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada para pengrajin gerabah dalam prasurvei yang telah dilakukan.

Gendok adalah nama alat memasak, sejenis kuali, biasanya untuk tempat ikan

pandang yang akan dijual, atau untuk tempat ari-ari bayi/plasenta yang akan ditanam.

Menurut salah seorang pengrajin, para pengrajin di Kelurahan Karang seringkali terjatir tengkulak dengan sistem ijon. Harga yang ditetapkan tengkulak seminim mungkin, sedangkan mereka menjualnya kembali dengan harga dua kali lipat.

Para pengrajin tidak mampu memasarkan sendiri produknya, langsung ke penjual atau konsumen. Mereka tergantung dari para tengkulak karena tengkulak tersebut terkadang juga memberi modal kepada para pengrajin *gendok*. Hal ini menjadi permasalahan tersendiri di mana terjadi ketergantungan para pengrajin gerabah ke para tengkulak. Padahal harga jual *gendok* jika dijual ke para tengkulak hanya dihargai Rp 1.000,- saja. Harga yang sangat murah untuk sebuah karya. Sedangkan biaya produksi juga tinggi, sehingga para pengrajin gerabah merasa seperti kerja bakti. Para tengkulak menjualnya dengan harga dua kali lipat, yaitu Rp 2.500,- bahkan bisa sampai Rp 3.000,-.

Salah seorang pengrajin mengilustrasikan, seorang pengrajin dalam sepuluh hari mampu menghasilkan 1.000 *gendok*. Oleh tengkulak per kuali dihargai Rp 1.000,-, sehingga total penerimaan sebesar Rp 1.000.000,-. Sementara untuk memproduksi 1.000 *gendok* pengrajin menghabiskan biaya produksi mencapai Rp 750.000,- untuk membeli tanah liat, kulit kacang, serabut kelapa, serta tukang injak adonan gerabah. Dengan demikian penghasilan pengrajin selama 10 hari tak lebih dari Rp 250.000,-.

Pengrajin gerabah tetap bertahan walaupun pendapatan yang dihasilkan tidak dapat memenuhi kebutuhan secara layak. Salah satu faktor penyebabnya

adalah sulitnya memperoleh tanah liat dengan kualitas bagus, walaupun ada harganya pun tergolong tinggi. (Hadiwijaya et al., 2022)

Oleh karena itu, para pengrajin gerabah di Kelurahan Karang ini perlu mendapat sentuhan pembinaan dari tim pengabdian untuk lebih mengembangkan produknya, sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Tim pengabdian akan mendatangkan ahli pembuat gerabah dari Kasongan Jogjakarta untuk memberikan pelatihan bagi anggota paguyuban gerabah Karang Bangkit.

Melalui program kegiatan PKM ini dan berdasarkan analisis kebutuhan yang telah dilaksanakan, tim pengabdian menawarkan solusi terhadap permasalahan tersebut dengan sentuhan ipteks, yaitu melalui kegiatan yang terstruktur.

Pertama, Pelatihan Diversifikasi Gerabah. Diversifikasi produk adalah mengembangkan variasi produk baru atau yang sudah ada untuk menarik pelanggan baru dan memenuhi kebutuhan yang berbeda (Syafi'i et al., 2023). Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan membuat produk baru atau memperbaiki produk sejenis yang sudah pernah dipasarkan (Martina et al., 2021)

Di samping diversifikasi produk, para pengrajin juga harus memiliki pengetahuan tentang sistem pemasaran, sehingga mereka tidak terjebak dengan para tengkulak. Diharapkan kemampuan tambahan ini bisa meningkatkan perekonomian mereka.

Kedua, Pelatihan Strategi Promosi Pemasaran. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengonsumsinya (Teniwut, 2022). Promosi merupakan salah satu bagian

dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan (Syahputra, 2019) Produk Gerabah Karang ini sama sekali tidak ada promosi untuk memasarkan *gendoknya*. Karena para pengrajin gerabah di Kelurahan Karang hanya menjual produknya di tengkulak dengan harga yang sangat rendah, yaitu Rp 1.000,- per *gendok*.

METODE

Pelaksanaan PKM pada paguyuban pengrajin gerabah di Kelurahan Karang Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban dilaksanakan sesuai dengan solusi yang ditawarkan dari permasalahan. Metode pelaksanaan yang ditawarkan berupabeberapa tahapan, yaitu:

1. Tahap sosialisasi, mitra diberikan pengetahuan beragam mengenai manfaat dari pembuatan produksi gerabah yang berpotensi memiliki nilai lebih. Pada tahap ini, pertama dilakukan sosialisasi pada mitra yang berjumlah 18 orang mengenai berbagai macam produksi yang bisa dihasilkan dalam pembuatan gerabah, karena sejauh ini gerabah yang dihasilkan oleh mitra hanya berupa *gendok*. Sosialisasi ini dilaksanakan di Balai Kelurahan Karang, Semanding.
2. Metode kedua, mitra diberikan kesempatan dalam melakukan praktik langsung pembuatan gerabah dengan hasil yang berbeda seperti vas bunga, celengan, pot, dan lain sebagainya dalam pelatihan yang diadakan oleh pengusul.
3. Metode selanjutnya, hasil gerabah yang telah dibuat diberi warna atau

lukisan menggunakan cat untuk menciptakan daya tarik pada penjual.

4. Tahap terakhir adalah tahap pemasaran gerabah. Setelah produksi gerabah dibuat maka langkah selanjutnya memasarkan hasil produk gerabah untuk bisa langsung dijual pada pembeli tanpa melalui tengkulak. Pada metode ini, mitra juga diberikan pelatihan dalam memasarkan produk hasil gerabah.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan koordinasi dengan pemerintah setempat untuk mendapatkan solusi dari permasalahan para pengrajin gerabah pada tanggal 30 Juli 2024 di Kelurahan Karang dan dihadiri oleh Lurah Karang dan jajarannya, Ketua Karang Taruna, dan Ketua Paguyuban Gerabah Karang Bangkit. Dalam koordinasi tersebut diputuskan bahwa pelaksanaan pelatihan gerabah sebaiknya dilakukan di Kasongan secara langsung. Hal ini dikarenakan untuk memberikan motivasi dan gambaran kepada para pengrajin gerabah untuk mengembangkan produknya seperti yang ada di Kasongan.

Pelaksanaan pelatihan membuat gerabah di Kasongan dilakukan pada tanggal 9 – 10 Agustus 2024 dan diikuti oleh 20 peserta. Terdiri dari 15 perajin gerabah, 2 orang pendamping dari Kelurahan Karang, dan 3 orang tim pengabdian. Tempat yang dipilih untuk pelaksanaan pelatihan adalah MuseumKu Gerabah Timbul Raharjo, Kasongan. Pemilihan ini didasarkan pada pengalaman dan kelengkapan peralatan pelatihan untuk membuat gerabah menjadi berbagai macam produk cantik.



Gambar 1. Seluruh peserta pelatihan membuat gerabah di MuseumKu Gerabah

Paket yang diambil untuk pelatihan ini terdiri dari pembuatan gerabah teknik putar, pembuatan gerabah teknik cetak, dan teknik finishing/pewarnaan gerabah.

Ada beberapa tahapan dalam pelatihan ini, yaitu: Pengenalan tentang MuseumKu Gerabah. Tahap pengenalan tentang sejarah MuseumKu Gerabah ini diikuti oleh semua peserta ketika mereka baru tiba di lokasi pelatihan. Di MuseumKu Gerabah ini terdapat 3 ruangan yang menjadi galeri produk gerabah dari jaman ke jaman. Ruangan pertama terdapat produk-produk awal gerabah, yaitu kualii dan produk-produk rumah tangga dari gerabah. Ruangan kedua, berisi produk gerabah yang sudah dikresikan ke dalam bentuk-bentuk yang lebih rumit, seperti wuwung atap, vas bunga, pot, dan lain sebagainya. Ruangan ketiga berisi tentang karya-karya pendiri Mueumzku Gerabah, Bapak Timbul Raharjo berupa produk-produk dari tembaga yang dikombinasikan dengan gerabah. Bertindak sebagai *guide* untuk memperkenalkan sejarah MuseumKu Gerabah kepada peserta, Bu Kenti menjelaskan secara detail tentang awal mula MusuemKu Gerabah dibangun oleh seorang seniman Timbul Raharjo. Dari awal produk gerabah yang dihasilkan di Kasongan ternyata mirip dengan gerabah

yang dihasilkan di Kelurahan Karang yaitu kualii atau *gendok*, hingga saat ini produk gerabah dari Kasongan sudah diekspor ke luar negeri.

Pemaparan materi gerabah oleh pengrajin dari MuseumKu Gerabah. Setelah berkeliling ke MuseumKu Gerabah yang terdiri dari 3 ruangan tersebut, seluruh peserta dibekali materi tentang gerabah oleh pengrajin di MuseumKu Gerabah yang bernama Pitoyo. Pitoyo menjelaskan bagaimana mengolah gerabah dari bahan/materi yang berbeda (tanah liat), karena tanah liat di Kasongan dan tanah liat di Kelurahan Karang memiliki tekstur yang berbeda. Pitoyo juga menjelaskan tentang teknik cetak dalam membuat gerabah. Peserta sangat antusias dalam mendengarkan penjelasan dari Pitoyo. Mereka juga bertanya tentang kesulitan-kesulitan yang dihadapi ketika membuat gerabah dengan teknik cetak.



Gambar 2. Para peserta membuat gerabah dengan teknik putar

Tahap selanjutnya adalah pelatihan membuat gerabah teknik putar. Setelah memberikan penjelasan tentang gerabah, Pitoyo sebagai pengrajin memberikan pelatihan membuat gerabah dalam berbagai bentuk dengan teknik putar di sebuah ruangan yang sudah dilengkapi dengan meja putar. Peserta dengan cekatan membuat karya di meja putarnya yang sudah dilengkapi dengan

tanah liat instan dan perlengkapan yang lain. Para peserta membuat vas bunga, pot, asbak, celengan, dan karya lain.

Tahap terakhir dalam pelatihan membuat gerabah ini adalah teknik *finishing*/pewarnaan gerabah. Para peserta mewarnai gerabah yang sudah disiapkan untuk diwarnai. Berbagai macam warna sudah disediakan, sehingga pewarnaan gerabah sesuai dengan selera masing-masing peserta.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan membuat gerabah berjalan dengan sangat baik. Antusiasme para peserta dalam mengikuti pelatihan, dari perjalanan menuju Bantul, DIY yang memakan waktu selama 7 jam perjalanan tidak menyurutkan semangat peserta dalam mengikuti pelatihan ini.

Pemilihan tempat pelatihan di MuseumKu Gerabah sudah melalui survey tim pengabdian dan mendapat sambutan hangat dari MuseumKu Gerabah. Para peserta pelatihan yang berjumlah 20 orang tersebut mengikuti semua tahapan pelatihan hingga menghasilkan karya yang bisa dibawa pulang. Selain mendapatkan wawasan tentang gerabah, para peserta juga mendapatkan pengetahuan tentang membuat produk gerabah selain *gendok*, dan mampu melakukan teknik *finishing*/pewarnaan gerabah dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Dewi, I. G. A. S. U., Putra, I. N. G. M., & Wicaksana, G. B. A. (2022). Perencanaan Dan Perancangan Pusat Industri Dan Workshop Gerabah Di

Desa Kapal, Kecamatan Mengwi. *Undagi: Jurnal Ilmiah Jurusan Arsitektur Universitas Warmadewa*, 10(1), 94–104.

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>

Hadiwijaya, H., Prasetya, D., & Syahrul, Y. (2022). Perbaikan Manajemen Usaha dan Peningkatan Kualitas Porduk Pada Pengrajin Gerabah di Kabupaten Banyuasin. *Abdimas Mandalika*, 2(1), 58. <https://doi.org/10.31764/am.v2i1.10187>

Martina, N., Hasan, M. F. R., Wulandari, L. S., & Salimah, A. (2021). Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk UMKM, Melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2273–2282. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5253>

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2).

Pratiwi, R. (2019). Sentra Kerajinan Gerabah di Malang. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 7(1). <https://doi.org/10.36806/jsrw.v7i1.68>

Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran

Dalam Alquran Tentang Promosi
Penjualan. *Ecobisma (Jurnal
Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*,
6(2), 83–88.
[https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.
8](https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8)

Teniwut, M. (2022). *Pengertian Promosi,
Tujuan, dan Contoh.*

Yuningsih, W. (2019). *Aktivitas
Masyarakat Pengrajin Gerabah Di
Desa Sitiwinangun Kecamatan
Jamblang Kabupaten Cirebon.*
Universitas Siliwangi.