

PENDAMPINGAN DAN PEMBINAAN ANALIS PASAR IKM GERABAH/ KERAMIK DI DESA MELIKAN KECAMATAN WEDI KABUPATEN KLATEN

Titik Purwanti^{1*}; Agung N. Jati²; Oki Kuntaryanto³; Syarifah Aini⁴; Zuyina Luklukaningsih⁵; AnnaFebrianty⁶; Anis Marjukah⁷; Abdul Haris⁸; Kun Ismawati⁹; Endang Wulandari¹⁰; Nawang Kalbuana¹¹

- 1*) titik@unwidha.ac.id, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
2) agungnj70@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
3) arkaanson1@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
4) aini07931@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
5) lukluk2201@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
6) ann4febr1@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
7) anismarjukah69@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
8) dzulhari@gmail.com, Universitas Widya Dharma, Klaten, Jawa Tengah
9) kun.ismawati@gmail.com, Universitas Surakarta, Surakarta, Jawa Tengah
10) wulandariendang12@gmail.com, Universitas Sahid, Jakarta Selatan, DKI Jakarta
11) nawang.kalbuana@ppicurug.ac.id, Politeknik Penerbangan Indonesia Curug, Tangerang, Banten
- *penulis korespondensi

Abstrak

Pemasaran gerabah semakin membaik dikarenakan penerus IKM tersebut yang sudah tidak gagap teknologi lagi, mereka sudah melakukan penjualan melalui berbagai media sosial, bahkan terdapat pengusaha gerabah muda yang telah mampu dan konsen terhadap penjualan gerabahnya ke luar negeri, meski standar gerabah untuk ekspor harus memenuhi syarat dan sstandar yang tinggi, sehingga membutuhkan ketelatenan juga kehati-hatian dalam pembuatannya.

Permasalahan yang dialami mitra adalah 1) Desa Melikan mempunyai potensi dalam mengembangkan produk gerabah apalagi gerabah merupakan salah satu brand image Klaten (tepatnya desa Melikan Wedi), bagaimana menyiapkan strategi pemasaran yang efektif, 2) Gerabah di Desa Melikan, Kecamatan Wedi, masih berpotensi dan masih eksis keberadaannya, untuk itu perlu di dukung bagaimana pemasaran gerabah dapat ditingkatkan sehingga mempercepat pertumbuhan, 3) bagaimana agar IKM gerabah Melikan Wedi mampu bersaing dengan pesaing. Tujuan Pendampingan dan pembinaan ini adalah 1) menyiapkan strategi pemasaran yang efektif, 2) mempercepat pertumbuhan, 3) mampu bersaing dengan kompetitor.

Metode yang diterapkan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah a) memberikan bekal pendidikan pendampingan, pelatihan pembinaan agar IKM Gerabah Melikan mampu menganalisis pemasarannya, b) terselenggaranya pendampingan, pelatihan cara pemasaran yang lebih baik untuk menghasilkan pemasaran yang lebih efektif, c) memberikan pelatihan kepada SDM gerabah agar mampu menguatkan SDM IKM Gerabah Melikan mampu bersaing dengan pesaing gerabah yang lain. Target dan luaran yang dicapai dalam program pendampingan dan pembinaan ini adalah memberikan identitas sebagai pengrajin gerabah yang mampu bersaing dan tetap tumbuh berkembang menjadi IKM gerabah yang solid, memberi

arah dan panduan untuk memfokuskan program analisis pemasaran gerabah dan pembinaan para pemangku kepentingan selain itu juga efektivitas pemasaran gerabah.

Kata Kunci: Gerabah, Putaran Miring, Glasir, Desa Melikan.

Abstract

The marketing of pottery is getting better because the successors of these SMEs are no longer stuttering technology, they have made sales through various social media, there are even young pottery entrepreneurs who have been able and concentrated on selling their pottery abroad, although the standard of pottery for export must meet the requirements and high standards, so it requires painstakingness as well as caution in its manufacture.

The problems experienced by partners are 1) Melikan Village has the potential to develop pottery products, moreover pottery is one of Klaten's brand images (precisely Melikan Wedi village), how to prepare an effective marketing strategy, 2) Pottery in Melikan Village, Wedi District, still has potential and still exists, for that it needs to be supported how pottery marketing can be improved so as to accelerate growth, 3) how to make Melikan Wedi pottery SMEs able to compete with competitors. The objectives of this assistance and coaching are 1) to prepare an effective marketing strategy, 2) to accelerate growth, 3) to be able to compete with competitors.

The methods applied to overcome partner problems are a) providing educational provision of mentoring, coaching training so that Melikan pottery SMIs are able to analyse their marketing, b) organising mentoring, training on better marketing methods to produce more effective marketing, c) providing training to pottery human resources in order to strengthen the human resources of Melikan pottery SMIs to be able to compete with other pottery competitors. The targets and outcomes achieved in this mentoring and coaching programme are to provide an identity as a pottery craftsman who is able to compete and continue to grow into a solid pottery SMI, provide direction and guidance to focus on pottery marketing analysis programmes and coaching of stakeholders as well as the effectiveness of pottery marketing.

Keywords: Pottery, Tilted Round, Glaze, Melikan Village.

PENDAHULUAN

IKM Melikan bayat memang telah lama eksis yaitu melalui hasil gerabahnya yang sudah sangat terkenal didalam negeri bahkan ke luar negeri, industri tersebut bahkan sudah dikembangkan turun temurun sampai sekarang, jadi untuk gerabah saat ini sudah banyak yang menjalankan adalah penerusnya dari anak, cucu, bahkan canggah. Eksisnya gerabah tersebut juga berkat peran pemerintah daerah setempat yang sering memberikan dukungan baik pelatihan, pembinaan, bantuan dana, bantuan peralatan juga serinya terdapat fasilitas pameran sehingga gerabah semakin dikenal masyarakat dan tidak terlupakan sampai sekarang, meski banyak product modern yang masuk.

Pemasaran gerabah semakin membaik dikarenakan penerus IKM tersebut yang sudah tidak gagap teknologi lagi, mereka sudah melakukan penjualan melalui berbagai media sosial, bahkan terdapat pengusaha gerabah muda yang telah mampu dan konsen terhadap penjualan gerabahnya ke luar negeri,

meski standar gerabah untuk ekspor harus memenuhi syarat dan sstandar yang tinggi, sehingga membutuhkan ketelatenan juga kehati-hatian dalam pembuatannya.

Berdasar latar belakang tersebut diatas, pusat pengabdian masyarakat Universitas Widya Dharma Klaten tertarik untuk ikut berperan dalam Pendampingan dan Pembinaan Analis Pasar IKM Gerabah/Keramik di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten, yaitu dengan melakukan pengabdian di IKM tersebut.

Tujuan dari Kegiatan pendampingn dan pembinaan yaitu

1. Menyiapkan strategi pemasaran yang efektif.
2. Mempercepat pertumbuhan.
3. Mampu bersaing dengan kompetitor

Target Luaran

Hasil akhir Pendampingan dan Pembinaan Analis Pasar IKM Gerabah/Keramik di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten ini adalah:

1. Memberikan identitas sebagai pengrajin gerabah yang mampu bersaing dan tetap tumbuh berkembang menjadi IKM gerabah yang solid:
2. Memberi arah dan panduan untuk memfokuskan program analis pemasaran gerabah dan pembinaan para pemangku kepentingan selain itu juga efektivitas pemasaran gerabah.

Manfaat Kegiatan yaitu

1. Dapat sebagai solusi menjawab kebutuhan IKM gerabah Melikan tentang Analis Pemasaran
2. Mampu meberikan pengabdian kepada masyarakat yang dapat bermanfaat yang langsung sampai kepada IKM gerabah Melikan.

Gambaran Umum Mitra

Desa Melikan adalah, desa dimana perbatasan dengan kecamatan Bayat, maka tak jarang sering masyarakat menyebut kalua Melikan bertempat di Bayat, dimana yang sebenarnya adalah terletak di kecamatan Wedi. Dilihat dari jarak kecamatan, memang sentra industry gerabah ini lebih dekat dengan kantor kecamatan Bayat sekitar hanya 2 km saja, jika disbanding dengan kecamatan wedi yang berjarak sekitar 15 km. Gerabah merupakan salah satu produk masyarakat berlokasi di Desa Melikan, Kecamatan Wedi, Klaten, Jawa Tengah. Dusun yang terletak di kaki Bukit Jabalkat sekitar 15 km sebelah tenggara pusat Kota Klaten ini, masyarakat secara turun-temurun dikenal sebagai daerah penghasil gerabah. Lokasi sentra Kerajinan Gerabah Desa Melikan, Kecamatan Wedi, Klaten ini berada sekitar 15 KM selatan kota Klaten.

Masyarakat desa Melikan hampir semua berprofesi dalam pembuatan gerabah, yang tetap dilestarikan sampai sekarang, meski banyak sentra industry yang telah maju dengan produk yang lebih modern, tetapi gerabah tetap masih eksis bahkan mampu bersaing, bahkan sekarang dianggap produk yang unik. IKM sangat berkontribusi di kabupaten Klaten ini, disamping menjadi sebuah icon, juga mampu mengurangi tingkat pengangguran sehingga berperan dalam kesejahteraan perekonomian dalam masyarakat.

Luas Melikan sekitar 300 m² terdapat sekitar 200 pengrajin gerabah dan keramik dengan Teknik yang masih sama yaitu “putaran miring”, disitu didirikan Laboratorium Pusat Pelestarian Budaya Keramik Putaran Miring Melikan, bahkan sudah didirikan paung sebagai lambing icon Teknik putara miring yang telah diresmikan tahun lalu. Putaran Miring adalah sebuah teknik pembuatan gerabah dan keramik yang menjadi andalan seni gerabah Melikan. Teknik ini dipandang unik dan bahkan hanya ada satu di dunia.



Gambar 1.
Menunjukkan salah satu gerabah yang sudah siap untuk dijual

Permasalahan dan solusi

Peluang pasar gerabah Melikan yang masih terbuka. Dimana penjualan sudah bisa lintas dan tidak terbatas yaitu melalui sosial media, untuk itu dibutuhkan SDM yang tangguh sehingga mampu bersaing dengan pesaing lainnya dan mampu memasarkan gerabah secara efektif, efisien agar mampu meningkatkan laba dengan maksimal. Kendala yang ditemukan kemampuan masyarakat Desa Melikan, Kecamatan Wedi, kurang dalam menganalisa pemasaran tersebut agar mampu efisien.

Berdasarkan analisis situasi diatas serta analisis potensi desa dan masyarakat Desa Melikan, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Desa Melikan mempunyai potensi dalam mengembangkan produk gerabah apalagi gerabah merupakan salah satu brand image Klaten (tepatnya desa Melikan Wedi), bagaimana Menyiapkan strategi pemasaran yang efektif.

2. Gerabah di Desa Melikan, Kecamatan Wedi, masih berpotensi dan masih eksis keberadaannya, untuk itu perlu di dukung bagaimana pemasaran gerabah dapat ditingkatkan sehingga Mempercepat pertumbuhan?
 3. Bagaimana agar IKM gerabah Melikan Wedi Mampu bersaing dengan kompetitor
- Solusi yang ditawarkan dalam mengatasi permasalahan tersebut diatas yaitu :
1. Memberikan bekal pendidikan pendampingan, pelatihan pembinaan agar IKM Gerabah Melikan mampu menganalisis pemasarannya.
 2. Terselenggaranya pendampingan, pelatihan cara pemasaran yang lebih baik untuk menghasilkan pemasaran yang lebih efektif.
 3. Memberikan pelatihan kepada SDM gerabah agar mampu menguatkan SDM IKM gerabah Melikan mampu bersaing dengan pesaing gerabah yang lain.

METODE PELAKSANAAN

Langkah Pelaksanaan

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Tempat Penyelenggaraan kegiatan program penerapan di Laboratorium gerabah di Desa Melikan, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten, waktu pelaksanaa selama 8 bulan.



Gambar 2.
Peserta IKM Gerabah Melikan

Materi dan Pelaksana Kegiatan

Kegiatan Pendampingan Industri Kecil dan Menengah dilaksanakan dengan metode sebagai berikut :

1. Kegiatan dilaksanakan dengan bimbingan langsung di Sentra IKM Gerabah oleh tenaga pendamping
2. Tenaga pendamping memberikan Pendampingan, pembinaan dan cara bagaimana analisis pemasaran.

Materi Pendampingan meliputi manajemen produk dan turunannya, seperti motivasi dan mindset usaha, analisis pemasaran, inovasi Produk (Teori dan Praktik), pemasaran digital (Teori dan Praktik), kelembagaan sentra IKM (Teori dan Praktik).

1. Strategi Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan program, strategi pelaksanaan yang akan dilaksanakan menggunakan metode ceraman/penyuluhan yaitu memberikan materi melalui ceramah dengan dilengkapi makalah, praktek langsung dilapangan yaitu:

- a) Praktek langsung dan pelatihan langsung tentang pemasaran yang lebih efektif dan efisien dengan mnggunakan jaringan internet
- b) Ceramah dan pelatihan langsung SDM di laboratorium gerabah yang beralamat di Desa Melikan, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten.
- c) Melakukan kerjasama dengan institusi atau organisasi baik pemerintah maupun swasta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi Analisis Pemasaran

Analisis situasi pasar merupakan analisis pemasaran yang meliputi beberapa tahapan, dimana tahapan tersebut sangat bergantung kepada variabel dan faktor yang secara dominan mempengaruhi proses pemasaran. Adapun tahapan dalam analisis pemasaran sebagai berikut



Untuk menyiapkan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan harus memperhatikan pesaing selain juga pelanggan aktual dan potensinya. Ini terutama penting di pasar yang pertumbuhannya lamban karena penjualan hanya dapat ditingkatkan dengan merebutnya dari pesaing. Pesaing suatu perusahaan meliputi mereka yang berusaha memuaskan pelanggan dan kebutuhan pelanggan yang sama dan menyediakan penawaran yang serupa kepada pelanggan itu. Tetapi, perusahaan juga harus menaruh perhatian kepada pesaing latennya yang mungkin menawarkan cara baru atau cara lain guna memuaskan

kebutuhan yang sama. Perusahaan harus berusaha mengidentifikasi para pesaingnya dengan menggunakan baik analisis industri maupun pasar.

Dalam industri manapun, apakah industri domestik atau internasional, apakah menghasilkan barang atau jasa, aturan persaingan menurut (Porter,1985) tercakup dalam 5 (lima) faktor persaingan, yaitu: masuknya pendatang baru, ancaman produk substitusi, daya tawar-menawar pembeli, daya tawar-menawar pemasok dan persaingan di antara para pesaing yang ada.



Dengan demikian keunggulan bersaing tidak dapat dipahami jika kita tidak melihat suatu perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing bersumber dari berbagai macam kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam merancang, membuat, mendistribusikan, mendukung dan memasarkan produknya. Pada setiap kegiatan tersebut dapat mempengaruhi posisi biaya relatif perusahaan dan menciptakan landasan diferensiasi. Strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi mencari keunggulan bersaing dalam beragam industri yang luas, sedangkan strategi fokus mengejar keunggulan biaya (fokus biaya) atau diferensiasi (fokus diferensiasi) dalam segmen yang sempit. Faktor-faktor pertimbangan dalam memilih menetapkan strategi pemasaran antara lain sumber daya perusahaan, homogenitas produk, tahapan produk dalam daur hidup, homogenitas pasar, strategi pemasaran yang dilakukan pesaing.

Promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan/pemasar untuk mempengaruhi pihak lain agar turut berpartisipasi dalam perubahan yang mereka lakukan. Fungsi iklan yaitu: fungsi pemasaran, fungsi komunikasi, fungsi ekonomis, fungsi sosial. Dalam kegiatan bisnis, pasar selalu menggunakan berbagai media berbasis TIK untuk melakukan kegiatan promosi. Media tersebut bisa melalui iklan, brosur, website, dan lain-lainnya. Umumnya jika melakukan promosi melalui iklan, akan lebih cepat dikenal daripada media lainnya. Hal ini disebabkan karena media yang digunakan biasanya umum sehingga masyarakat lebih cepat mengetahui iklan yang sedang dipromosikan, sedangkan dengan brosur, kita bisa melihat informasi dari promosi tersebut melalui sehelai kertas.

PENUTUP

Simpulan

Dari uraian laporan terlaksananya pengabdian masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa IKM Gerabah Melikan Wedi Klaten yang awalnya sebelum diberi pendampingan dan pembinaan belum dapat menganalisis pemasaran dengan baik, maka telah memahami dan mampu, SDM tersebut termotivasi dan bersemangat untuk bertumbuh kembang dan bahkan melakukan ekspansi, dan saat ini sudah siap bahkan bersing dengan dunia luar.

Saran

Setelah kami melakukan kegiatan pengabdian secara langsung, maka kami dapat sarankan yaitu: Pemerintah, Selaku Stake holder, maka hendaknya selalu mensupport baik materiil dan inmaterial sehingga IKM Gerabah Melikan Wedi akan terasa keberadaannya. IKM Gerabah Melikan Wedi Klaten, harus mampu bersaing dengan IKM diluar kota yang lain dengan SDM yang solid dan siap bahkan bersaing competitor dunia, Pelaksana pengabdian selanjutnya bisa memberikan Pendampingan, Pembinaan, Pendidikan dan pelatihan yang lain sehingga dan dengan waktu yang lebih lama lagi agar dapat bermanfaat juga bisa menambah waktu pndampingan agar lebih optimal.

Penghargaan

Melalui tulisan ini, kami para penulis menyampaikan terimakasih dan memberikan penghargaan sebesar-besarnya kepada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Klatenatas segala upaya koordinasi, Rektor Universitas Widya Dharma Klaten melalui Direktur LPPM yang telah memberikan kesempatan kepada tim untuk melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Anis Marjukah, 2022, Materi Analisis Pemasaran.

Titik Purwanti, Agung N Tri Utami, Oki K, Cahaya N, 2022, Pendidikan Dan Pelatihan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Desa Melalui Bumdesa Sebagai Kekuatan Ekonomi Baru Di Desa Jimbung Kecamatan Kalikotes Kabupaten Klaten, Jurnal BUDIMAS, E-ISSN 2715-8926, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/2998>

Titik P dkk (2022), Inovasi Pelapisan Glasir Pada Gerabah Di Industri Kecil Dan Menengah, jurnal Pengmasku, <https://jurnalku.org/index.php/pengmasku/article/view/362>