

PkM Implementasi Creative Marketing Bagi Pengrajin Gerabah Desa Alaskandang Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo

1st Desy Bariyyatul Qibtiyah^(✉), 2nd Muhammad Suparman², 3rd Novel Abu Amin Fatoni³, 4th Priyo Anggun Estu Laksono⁴, 5th Robi Anggara⁵
1, 2, 3, 4, 5 Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo

Abstract—*Making crafts that still use traditional tools can illustrate that these pottery craftsmen are lagging behind the times. And there are also issues regarding marketing that can be used to compete in this modern era. To overcome this problem, community service activities were carried out involving the heads of craftsmen groups. Training is carried out to increase crafters' understanding of effective marketing strategies. The result of this dedication is the use of social media. Apart from that, this training also attracted the attention of suppliers who previously did not know about the existence of craftsmen in Alaskandang Village, so that they could collaborate with craftsmen through social media.*

Keywords—*Pottery Crafts; Creative Marketing; Social Media; Community Service; Alaskandang Village*

1 Introduction

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. (Sulaeman Deni Ramdani¹, 2022) Gerabah adalah peralatan yang terbuat dari tanah liat. Dimana dalam pembuatan gerabah ini membutuhkan keahlian khusus. Pemilihan bahan dasar, pengolahan dan waktu yang tepat sangat berpengaruh signifikan terhadap hasil kerajinan ini. Namun di jaman yang serba modern ini, (Siti Nurlaela, 2023) 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. Ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh pengrajin di desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kab. Probolinggo. Diantaranya adalah lokasi yang terletak dipedesaan dimana hal ini menyulitkan pengrajin untuk memperluas mangsa pasar. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang modernisasi teknologi seperti menggunakan sosial media untuk menunjang meningkatkan penjualan. Kedua, pengrajin 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. Pengrajin mungkin belum terbiasa dengan konsep seperti segmentasi pasar, penetapan harga yang tepat, atau promosi melalui media sosial. Dari beberapa permasalahan-permasalahan yang dialami oleh pengrajin 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. (*Agus Muji Santoso, 2021) 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. 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. (Kremer, 2018) Manfaat dari kegiatan PKM ini sangat beragam dan dapat dirasakan oleh berbagai pihak: Pengrajin Gerabah: Para pengrajin akan mendapatkan manfaat berupa peningkatan pendapatan dari hasil kerajinan mereka, peningkatan keterampilan dalam pemasaran, dan peningkatan pemahaman tentang konsep-konsep pemasaran modern. Masyarakat Setempat: Peningkatan pendapatan para pengrajin akan berdampak positif pada ekonomi masyarakat setempat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian, PKM ini memiliki potensi untuk membawa dampak positif yang signifikan bagi pengrajin Di Desa Alaskandang

2 Method

A. Tahapan Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh anggota kelompok PKM dalam mengatasi permasalahan yang ditawarkan yaitu ketua kelompok pengrajin yang ada di desa Alaskandang kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Koordinasi dilakukan dengan cara rapat terlebih dahulu untuk memulai tahapan yang akan dilakukan pada pelatihan terhadap pengrajin gerabah. Lalu, respon dari ketua kelompok pengrajin gerabah menerima dengan senang hati terhadap pelatihan yang akan dilaksanakan oleh anggota PKM tersebut. Tepat pada tanggal 26 juli 2023 tim anggota PKM melakukan koordinasi dengan ketua kelompok tersebut. Sebelum itu, tim anggota PKM meminta izin kepada kepala desa Alaskandang Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo.

B. Paritipasi Mitra

(Zainuddin1, 2021) Para pengrajin gerabah Desa Alaskandang Kec. Besuk Kabupaten Probolinggo berperan penting dalam kegiatan PKM ini. pengrajin di Desa Alaskandang tersebut menyediakan tempat untuk tim pelaksana kegiatan dalam menerapkan ide-ide nya tentang kendala pemasaran yang kurang luas dan kurang efektif sehingga para tim pelaksana kegiatan memberikan solusi yaitu melalui implementasi creative marketing. Upaya keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini diwujudkan dengan menjadikan mitra sebagai wadah pelaksanaan kerajinan gerabah. Sebagai sasaran umum adalah kegiatan pengembangan pemasaran gerabah, dengan salah satu program adalah implementasi creative marketing.

C. Pembagian Peran Peran dan tugas dari masing-masing anggota tim sesuai dengan kompetensinya dan penugasan berupa:

- (1) Pendampingan untuk pengembangan desain gerabah seni
- (2) Pengembangan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan dan keterampilan
- (3) Pengembangan manajemen pemasaran termasuk pembuatan website untuk pengembangan pemasaran secara online.

1. Pengembangan Desain

(Wisnu prastawa, 2020) Untuk mengembangkan desain kerajinan gerabah (desain gerabah seni) diperlukan adanya introduksi atau pengenalan bermacam-macam desain gerabah seni. Desain gerabah seni yang diperkenalkan adalah desain yang banyak diminati oleh pembel, misalnya dari pembuatan gerabah seni di Desa Alaskandang. Selain bentuk dan desainnya bermacam-macam contoh gerabah seni

tersebut juga menunjukkan product finishing yang bervariasi dengan menggunakan bahan alam yang dapat diperoleh dengan mudah dan murah.

Untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia diperlukan pelatihan dan pendampingan kepada pengrajin gerabah di Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo secara intensif. Pelatihan yang akan diberikan kepada pengrajin meliputi pelatihan mengembangkan bentuk, pewarnaan, dan finishing yang semuanya mendukung ke arah peningkatan ketrampilan pengrajin dan dengan demikian akan meningkatkan kualitas atau kompetensi sumber daya manusia pengrajin gerabah di Desa Alaskandang sehingga mereka dapat menghasilkan produk yang memiliki daya saing tinggi.

2. Pengembangan Manajemen Pemasaran

(Aliya, 2019) Dalam rangka membantu pengrajin untuk memperbaiki manajemen pemasaran dalam bentuk memperluas jaringan pemasaran, Anggota tim pelaksana kegiatan akan berkoordinasi dengan pihak terkait, supaya usaha gerabah dapat menembus pasar nasional maupun internasional baik yang berasal dari Kabupaten Probolinggo maupun dari berbagai daerah untuk dapat memberikan akses pasar kepada pengrajin gerabah Desa Alaskandang agar produk mereka dapat ditampilkan di website promosi mereka atau di program promosi mereka dalam bentuk lainnya seperti pameran-pameran dengan tidak membebani pengrajin. Di samping itu anggota tim pelaksana juga akan membantu merintiskan kerjasama promosi dengan para pengrajin/ pengusaha gerabah seni di seluruh Kabupaten probolinggo.

3. Pendamping dan Fasilitator

Mahasiswa berperan sebagai pendamping dan fasilitator untuk membantu para pengrajin gerabah memahami konsep-konsep pemasaran kreatif dan berorientasi pada konsumen. Mereka dapat memberikan panduan dan bimbingan kepada pengrajin dalam mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif.

4. Pelatih Pemasaran Modern

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan dalam pemasaran digital dan penggunaan media sosial berperan sebagai pelatih. Kami mengajarkan para pengrajin tentang cara menggunakan platform digital, teknik pemasaran online, dan analisis data untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran.

5. Peneliti Pasar dan Tren Konsumen

Mahasiswa melakukan penelitian pasar dan menganalisis tren konsumen terbaru. Agar membantu pengrajin memahami preferensi konsumen, permintaan pasar, dan bagaimana produk gerabah dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

6. Pemantau Kinerja

Mahasiswa membantu dalam memantau kinerja kampanye pemasaran dan mengukur hasilnya. Kami mengumpulkan data, menganalisis statistik, dan memberikan umpan balik kepada pengrajin untuk terus memperbaiki strategi pemasaran.

7. Penyambung Hubungan dengan Komunitas

Mahasiswa membantu para pengrajin dalam membangun hubungan dengan komunitas lokal dan pelanggan potensial. Kami berpartisipasi dalam acara komunitas, mengatur pameran produk, dan mengelola interaksi dengan pelanggan.

8. Pendukung Motivasi dan Konsistensi

Mahasiswa memainkan peran penting dalam memotivasi para pengrajin untuk terus meningkatkan keterampilan pemasaran dan menerapkan strategi kreatif. Kami memberikan dukungan emosional dan bantuan dalam menjaga konsistensi dalam upaya pemasaran.

Peran mahasiswa dalam kegiatan PkM ini membantu mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dalam upaya untuk meningkatkan pemasaran produk gerabah Desa Alaskandang. Melalui kolaborasi yang baik dengan para pengrajin, kami membantu mencapai tujuan PkM yang melibatkan pemahaman, peningkatan penjualan, dan pemberdayaan komunitas lokal.

3 Findings And Discussion

3.1 Finding

3.1.1 Kondisi Awal Pemasaran Gerabah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan kelompok pengrajin gerabah Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo, diketahui bahwa sistem pemasaran yang digunakan masih bersifat tradisional. Pengrajin bergantung pada pemasok (tengkulak) sebagai perantara distribusi produk. Jumlah pemasok yang terbatas serta adanya pembatasan kuota penyerapan produk menyebabkan sebagian hasil produksi tidak terserap pasar secara optimal. Selain itu, konsumen di luar wilayah desa maupun pemasok dari daerah lain belum banyak mengetahui keberadaan sentra gerabah Desa Alaskandang. Kondisi ini menunjukkan rendahnya visibilitas dan promosi produk secara luas.

3.1.2 Permasalahan Kualitas Produk

Dalam proses produksi, ditemukan bahwa sebagian pengrajin masih menghadapi kendala dalam pemilihan bahan baku tanah liat. Kesalahan dalam pemilihan bahan dasar dan teknik pengolahan berpotensi menurunkan kualitas produk, seperti gerabah yang mudah retak atau kurang kokoh. Setelah dilakukan pendampingan, diperoleh data mengenai variasi bahan tanah yang lebih sesuai, teknik pengolahan yang tepat, serta metode finishing yang dapat meningkatkan kualitas dan daya tahan produk.

3.1.3 Ragam Produk dan Kendala Distribusi

Produk gerabah yang dihasilkan meliputi cobek, wadah ari-ari, celengan, dan berbagai produk rumah tangga lainnya. Namun, distribusi produk masih menunggu pembelian dari pemasok sehingga tidak semua jenis produk dapat terjual. Hal ini menyebabkan penumpukan stok pada beberapa jenis produk tertentu.

3.1.4 Dampak Pelaksanaan Program

Setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan creative marketing, terjadi peningkatan pemahaman pengrajin mengenai strategi pemasaran modern. Pengrajin mulai mengikuti pameran dan kegiatan pasar minggu sebagai upaya memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen. Selain itu, berdasarkan hasil monitoring, terdapat peningkatan penjualan dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Respon pengrajin terhadap kegiatan PKM juga menunjukkan sikap positif dan antusias dalam menerima inovasi pemasaran.

3.1.5 Evaluasi Pelaksanaan Program

Meskipun program berjalan dengan baik, terdapat kendala dalam penyampaian materi, terutama terkait penggunaan istilah pemasaran modern yang belum familiar bagi sebagian pengrajin. Hal ini memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih sederhana dan kontekstual agar materi dapat dipahami secara optimal.

3.2 Discussion

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan utama pengrajin gerabah Desa Alaskandang terletak pada keterbatasan akses pasar dan rendahnya pemanfaatan strategi pemasaran modern. Ketergantungan pada pemasok menyebabkan distribusi produk tidak fleksibel dan membatasi potensi peningkatan pendapatan. Dalam perspektif creative marketing, kondisi tersebut mencerminkan belum optimalnya pemanfaatan kreativitas dalam membangun nilai tambah produk dan memperluas jangkauan pasar. Creative marketing menekankan pada inovasi strategi promosi, penguatan branding, serta pemanfaatan media digital untuk meningkatkan visibilitas produk. Partisipasi pengrajin dalam pameran dan pasar minggu merupakan langkah strategis dalam membangun interaksi langsung dengan konsumen. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan peluang penjualan, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen melalui komunikasi mengenai kualitas dan keunggulan produk.

Dari sisi kualitas produk, peningkatan keterampilan dalam pemilihan bahan baku dan teknik finishing menjadi faktor penting dalam menciptakan produk yang memiliki daya saing. Kualitas produk yang baik akan memperkuat citra merek dan mendukung strategi pemasaran

kreatif yang telah diterapkan. Evaluasi program menunjukkan bahwa transfer pengetahuan harus disesuaikan dengan karakteristik mitra. Penggunaan bahasa yang sederhana dan pendekatan partisipatif menjadi kunci keberhasilan dalam implementasi konsep creative marketing pada masyarakat berbasis kerajinan tradisional.

Secara keseluruhan, implementasi creative marketing dalam kegiatan PKM ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, perluasan akses pasar, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengrajin. Pendekatan ini berpotensi menjadi model pemberdayaan ekonomi lokal berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan.

4 Conclusion

Desa Alaskandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo mayoritas masyarakatnya adalah pengerajin kerajinan gerabah. Gerabah adalah kerajinan yang terbuat dengan bahan dasar tanah liat. PkM dilaksanakan didesa Alaskandang tersebut karena pada usaha gerabah tersebut mengalami permasalahan tentang pemasaran. Dimana pengerajin masih menggunakan tradisional marketing. Dan setelah diteliti lebih mendalam dasar dari permasalahan tersebut adalah kurangnya pemahaman tentang konsep pemasaran, pemanfaatan teknologi, dan kurangnya partnership. Dan setelah dilaksanakan PkM di desa Alaskandang dengan mengenalkan tentang konsep-konsep pemasaran, digital marketing dan pengimplementasian creative marketing, usaha kerajinan gerabah tersebut mengalami peningkatan penjualan. Keterbatasan SDM menjadi dasar dari terhambatnya peningkatan penjualan. Diharapkan untuk kedepannya, pengenalan tentang modernisasi dapat dilaksanakan secara intens agar pemahaman tentang creative marketing masyarakat didesa Alaskandang dapat meningkat.

5 References

- [1] *Agus Muji Santoso. (2021). Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 66-74.
- [2] Aliya, M. E. (2019). Ibm kelompok pengrajin gerabah. *journal of rural and development*, 27-34.
- [3] Kremer, M. (2018). the illusion of sustainability. *journal of economics*, 1007-1065.
- [4] Siti Nurlaela, A. K. (2023). Strategi Membangun Sistem Pengelolaan Sampah Mandiri Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 605-611.
- [5] Sulaeman Deni Ramdani1, H. A. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah Di Kampung Kosambi Desa Bumijaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 575-580.
- [6] Via washlussanati hijri, H. E. (2022). Analisis Pentingnya Inovasi Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerajinan Gerabah Dusun Klipoh, Brobudur. *journal of information system, applied, management, accounting and research*, 459-463.
- [7] Wisnu prastawa, F. Y. (2020). pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desain produk kerajinan gerabah galogandang kabupaten tanah datar. *jurnal abdidas*, 27-34.
- [8] Yuari priatin, D. S. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *journal riset bisnis dan manajemen tirtayasa*.
- [9] Yushinta putri dewi astuti, I. B. (2023). Perluasan Pemasaran Umkm Melalui Design Thinking, Re-Branding, Dan Pemanfaat Marketplace Di Kecamatan Wedi Kabupaten . *journal pemasaran*.
- [10] Zainuddin1, W. K. (2021). kelompok pengrajin gerabah berbasis health care. *journal of community health development*, 83-86.