
**STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI GERABAH SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA BANYUMULEK****Oleh****Huda Ismail¹, Murianto² & I Wayan Bratayasa³****^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram****Email : ¹ hudaismail@gmail.com, ² murianto@gmail.com & ³ iwayanbratayasa@gmail.com**

Article History:*Received: 27-04-2024**Revised: 30-04-2024**Accepted: 04-05-2024***Keywords:***Strategi, Bauran**Pemasaran, Industri**Gerabah, Desa**Banyumulek*

Abstrak Penelitian ini dilatar belakangi oleh terdapatnya kerajinan Industri Gerabah yang ada di Desa Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat. Fokus penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran industri gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat. metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan. Dengan responden yang menjadi subjek penelitian berasal dari Pemilik kerajinan gerabah di Desa Banyumulek beserta karyawannya, Pembeli Produk Gerabah di Desa Banyumulek dan Ketua Pokdarwis Desa Banyumulek Metode pengumpulan dan Dengan responden yang menjadi subjek penelitian berasal data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Kerajinan Gerabah dalam meningkatkan daya saing adalah dengan menggunakan strategi segmentasi pasar yaitu dengan melayani semua pembelian dan juga pesanan dari berbagai daerah. Pada target pasar Kerajinan Gerabah disasarkan ke semua kalangan yaitu kalangan menengah, kalangan menengah ke atas dan juga kalangan menengah kebawah, dengan memberikan harga sesuai produk permintaan pembeli dan juga selalu menjaga kualitas barang. Pada bauran pemasaran yang meliputi produk (product), strategi yang diterapkan dalam produk, yaitu kualitas produk yang baik, branding dan juga inovasi pada produk, pada harga (price), strategi harga yang dilakukan, yaitu dengan menyesuaikan harga dari harga bahan baku dan menyesuaikan dengan harga produk kulit yang ada di pasaran, dan juga memberikan diskon dalam jumlah pemesanan ataupun pembelian banyak. Dalam distribusi (place), strategi distribusi yang diterapkan, yaitu dengan saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Sedangkan dalam hal promosi (promotion), strategi promosi yang dilakukan, yaitu melalui pelanggan yang langsung datang ke toko, dari mulut ke mulut dan juga pemasarannya menggunakan kecanggihan teknologi yang ada, menggunakan web site dan juga menggunakan media social.

PENDAHULUAN

Desa Banyumulek adalah desa yang terletak di Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. Desa Banyumulek merupakan sentra industri gerabah di Pulau Lombok sejak tahun 1990-an, di mana 90% penduduknya terjun dalam pekerjaan tersebut terutama kaum perempuan. Kaum perempuan di Industri Gerabah Banyumulek sangat tinggi, 80 persen pekerja merupakan wanita (Vibriyanti, 2016). Desa Banyumulek juga memiliki segudang variasi gerabah yang dihasilkan dari buatan tangan sendiri seperti vas bunga, gentong, celengan, kap lampu, hiasan dinding, dan lain sebagainya. Selain itu terdapat juga produk khas yang hanya bisa ditemui di Desa Banyumulek, yaitu Kendi Maling.

Peran strategi dalam industri kerajinan gerabah Desa Banyumulek sangat penting untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, strategi yang dapat di gunakan dalam pengembangan industri yaitu seperti meningkatkan kualitas produk, menentukan harga produk, menentukan tempat dan promosi atau menggunakan dengan 4p. strategi yang tepat dapat membantu dalam mengembangkan produk yang inovatif, menarik, dan memiliki nilai jual tinggi di paksa pasar.

Masyarakat Desa Banyumulek melalui kerajinan gerabah adalah sumber utama penghasilan yang di kelola dengan membuat gerabah, mengembangkan gerabah menjual gerabah, dan membuat kualitas produk gerabah yang baik. masyarakat Desa Banyumulek juga menciptakan berbagai jenis produk gerabah. Ditemukan bahwa Desa Banyumulek merupakan pusat kerajinan gerabah di wilayah Kabupaten Lombok Barat. Sebagian besar masyarakat perajin gerabah yang masih menggunakan teknik manual dan tradisional serta strategi pemasaran yang kurang maksimal dalam meningkatkan pendapatan mereka dari usaha kerajinan gerabah yang digelutinya. Kondisi inilah yang kemudian, maka dari itu disini penulis menganalisis “ Strategi Pemasaran Industri Gerabah Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Banyumulek, Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat”.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang di gunakan yaitu pendekatan kualitatif, kemudian menjelaskan alasan alasan singkat mengapa pendekatan tersebut di gunakan. Selain itu, juga dijelaskan orientasi teoritik, adalah landasan berfikir dalam memahami makna suatu gejala,



Gambar 1. Prosedur Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Alasan mengambil ini dikarenakan desa ini tidak jauh dari tempat tinggal penulis berada dan

peneliti bisa mudah mendapatkan informasi terkait upaya pemberdayaan masyarakat melalui kerajinan gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah Pemilik Bisins Gerabah Desa Banyumulek, Karyawan Bisins Gerabah Desa Banyumulek, dan Pembeli produk Gerabah Desa Banyumulek dan Ketua Pokdarwis di Desa Banyumulek atau orang-orang yang terlibat yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Peneliti mengumpulkan data atau informasi secara langsung dengan menggunakan alat yang ditentukan untuk mengumpulkan data primer, yang dikumpulkan langsung dari hasil wawancara dengan responden penelitian. sumber data ekstra tekstual dapat dibagi menjadi empat kategori: dokumen pribadi, sumber dari arsip, sumber dari publikasi ilmiah dan jurnal, dan dokumen resmi.

Peneliti akan menggunakan data sekunder, yang akan mereka kumpulkan dari buku, jurnal, makalah, dan catatan resmi lainnya yang disimpan oleh pemerintah desa dan dinas pariwisata. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Reduksi Data dan Penyajian Data. Untuk uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan melalui uji krebilitias, uji transferability, uji dependability, uji confirmability.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran yang di lakukan Kerajinan Gerabah di Banyumulek sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat

Kerajinan Gerabah yang ada di Banyumulek menerapkan beberapa strategi pemasaran yang dimulai dari segmentasi pasar, target pasar, dan *positioning* pasar. Selain itu, Kerajinan Gerabah yang ada di Banyumulek juga menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Dalam memasarkan produknya, langkah pertama yang dilakukan Kerajinan Gerabah yang ada di Banyumulek adalah melakukan segmentasi pasar. Dari target pemasaran tersebut untuk mencapai target pasar yang diinginkan oleh perusahaan, haruslah melalui pembentukan strategi bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan perluasan dari strategi pemosisian yang mencakup aspek produk, harga, distribusi dan promosi. Strategi produk yang di terapkan oleh Kerajinan Gerabah di Banyumulek dalam meningkatkan penjualan adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik. Produk yang diproduksi oleh Kerajinan Gerabah di Banyumulek adalah kerajinan Gerabah dengan berbagai jenis produk. Semua produk Kerajinan ini diproduksi sendiri dan bahan bakunya diperoleh dari Banyumulek. Kerajinan Gerabah Banyumulek dalam mempertahankan pangsa pasar dan menghadapi persaingan bisnis selalu mempertahankan kualitas bahan baku dan kualitas produk kulit yang di hasilkan seperti, kerapian jahitan, kerapian pengeleman dan juga kerapian pemotongan yang dihasilkan. Karena kualitas sangat mempengaruhi minat pelanggan dan juga eksistensi sebuah perusahaan. Harga yang di tetapkan oleh Kerajinan Gerabah melihat dari bahan baku yang ada, jenis pesanan dan menyesuaikan dengan harga dari para pesaing. Jadi pada Kerajinan Gerabah di Banyumulek penetapan harga ditentukan dari produk yang dipesan, bahan baku, kerumitan produk, biaya produksi dan juga harga dipasaran. Harga dari produk Kerajinan ini jika dibandingkan produk kulit lainnya cukup terjangkau dan tidak jauh berbeda. Kerajinan Gerabah di Banyumulek memberikan sampel produk terlebih dahulu kepada pembeli yang menginginkan produknya, setelah cocok konsumen bisa melakukan pesanan terlebih dahulu. mempermudah konsumen mengetahui produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Tidak hanya promosi dari media sosial, tetapi juga promosi dari mulut ke mulut dan juga promosi langsung ke konsumen yang datang ke toko dengan menyajikan semua hasil produksi Kerajinan Gerabah Banyumulek.

Faktor Pendukung Atas Berlangsungnya Usaha Dan Berdaya Saing Dan Penghambat Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Kerajinan Gerabah Di Banyumulek

Faktor pendukung dari berjalanya industri Kerajinan Gerabah Banyumulek adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan NTB yang menyumbangkan mesin produksi, media sosial seperti web site, tv, google map untuk memudahkan pembeli mengakses letak toko, facebook dan juga mendukungnya lokasi toko yang memiliki letak lokasi ini memiliki keuntungan tersendiri, karena dengan lokasi yang strategis dapat menarik pembeli dan juga secara langsung ataupun tidak langsung akan menaikkan omset penjualan sehingga bisa menaikkan penjualan Kerajinan Gerabah di Banyumulek. meningkatnya pesaing baru menjadi kendala bagi perusahaan, dengan adanya pesaing baru yang menjual

produknya dengan harga yang lebih murah, maka secara tidak langsung konsumen akan berpaling ke produknya. Dengan itu akan berdampak pada penjualan Kerajinan Gerabah di Banyumulek, karena bisa menurunkan omset penjualan dikarenakan barang yang diproduksi tidak sepenuhnya laku dipasaran. Ada keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan akan menghambat proses penjualan selanjutnya, karena apabila proses pengiriman barang lambat akan menjadi nilai *minus* bagi perusahaan di mata konsumen. Keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan Kerajinan Gerabah di Banyumulek dikarenakan bentuk transportasi yang tidak tepat waktu serta keadaan pasar yang tidak menentu serta masih rendahnya kualitas dan masih kurangnya kemampuan sumber daya manusia Kerajinan Gerabah Banyumulek. Dalam hal perekrutan karyawan Kerajinan Gerabah di Banyumulek tidak menetapkan syarat yang penting ada kemauan untuk bekerja. Secara keseluruhan sumber daya manusia yang dimiliki Kerajinan Kerajinan Gerabah di Banyumulek tidak mempunyai pengetahuan serta belum memiliki pengalaman kerja pada bidang yang dikerjakan. Kerajinan Kulit Gerabah Banyumulek beroperasi dengan modal sendiri. Modal merupakan sebuah hambatan yang dialami Kerajinan Gerabah di Banyumulek, karena dengan tidak adanya modal tersebut akan mengalami kendala dalam produksi kerajinan kulit, karena dalam sebuah produksi diperlukan adanya modal terlebih dahulu untuk membeli bahan baku yang diperlukan agar menjadi sebuah produk.

Solusi Hambatan Penerapan Strategi Pemasaran Kerajinan Gerabah Banyumulek Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat

Kerajinan Gerabah di Banyumulek selalu berusaha menjadikan Kerajinan Gerabah di Banyumulek menjadi nomor satu di mata pelanggan dalam hal produk dan juga pelayanan, hal tersebut agar produk Kerajinan Gerabah di Banyumulek tetap bisa bertahan disituasi persaingan pada saat ini dan masa yang akan datang. Diketahui solusi dari keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan yang dilakukan oleh Kerajinan Gerabah di adalah dengan melakukan pengiriman terlebih dahulu sebelum tanggal pemesanan konsumen yang sesuai estimasi sampai kepada konsumen. Solusi dari Sumber Daya Manusia yang rendah yang dialami oleh Kerajinan Gerabah Banyumulek adalah adanya fasilitas pelatihan dan pembinaan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan NTB bagi pelaku usaha sehingga dengan mendapatkan pelatihan serta pembinaan tersebut pemilik Kerajinan ini secara ulang juga bisa memberikan pelatihan dan juga pembinaan terhadap para karyawannya. Karena dengan adanya Sumber Daya Manusia yang mendukung dalam suatu usaha, maka akan memudahkan berjalannya usaha tersebut. Solusi selanjutnya yang dilakukan kerajinan gerabah Banyumulek apabila tersendat oleh modal maka usaha kerajinan tersebut akan meminjam dana pada lembaga keuangan, dengan pinjaman kredit usaha.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan judul strategi pemasaran pada usaha kecil menengah Kerajinan Gerabah di Banyu Mulek dalam dalam meningkatkan Ekonomi Masyarakat dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kerajinan Gerabah dalam meningkatkan daya saing adalah dengan menggunakan strategi segmentasi pasar yaitu dengan melayani semua pembelian dan juga pesanan dari berbagai daerah. Pada target pasar Kerajinan Gerabah disasarkan ke semua kalangan yaitu kalangan menengah, kalangan menengah ke atas dan juga kalangan menengah kebawah, dengan memberikan harga sesuai produk permintaan pembeli dan juga selalu menjaga kualitas barang. Dalam hal posisi pasar Kerajinan Kerajinan Gerabah merupakan solusi yang tepat bagi konsumen yang menginginkan berbagai jenis produk kulit yang bagus dan berkualitas. Pada bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), strategi yang diterapkan dalam produk, yaitu kualitas produk yang baik, *branding* dan juga inovasi pada produk, pada harga (*price*), strategi harga yang dilakukan, yaitu dengan menyesuaikan harga dari harga bahan baku dan menyesuaikan dengan harga produk kulit yang ada di pasaran, dan juga memberikan diskon dalam jumlah pemesanan ataupun pembelian banyak. Dalam distribusi (*place*), strategi distribusi yang diterapkan, yaitu dengan saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Sedangkan dalam hal promosi (*promotion*), strategi promosi yang dilakukan, yaitu melalui pelanggan yang langsung datang ke toko, dari mulut ke mulut dan juga pemasarannya menggunakan kecanggihan teknologi yang ada, menggunakan web site dan juga menggunakan media sosial.
2. Terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi berjalannya strategi pemasaran Kerajinan Gerabah di Banyumulek. Beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi pemasaran Kerajinan Kerajinan Gerabah di Banyumulek adalah Dinas Perindustrian Dan Perdagangan NTB yang menyumbangkan mesin produksi, media sosial seperti web site, google map, siaran tv, facebook dan pendukung lainnya lokasi toko yang strategis. Penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran Kerajinan Kerajinan Gerabah adalah, meningkatnya pesaing, keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan, SDM (Sumber Daya Manusia), dan modal.

3. Solusi Kerajinan Gerabah di Banyumulek dalam menghadapi setiap hambatan yang ada dalam menjalankan strategi pemasaran Kerajinan Kerajinan Gerabah di Banyumulek untuk menghadapi para pesaing Kerajinan Gerabah di Banyumulek selalu berusaha menjadikan Kerajinan Gerabah di Banyumulek menjadi nomor satu dimata pelanggan dalam hal produk dan juga pelayanan, solusi jika adanya masalah dengan pengiriman maka Kerajinan Gerabah di Banyumulek melakukan pengiriman terlebih dahulu sebelum tanggal pemesanan sesuai estimasi sampai kepada konsumen, solusi dalam hal SDM (Sumber Daya Manusia) Kerajinan Gerabah di Banyumulek mengajari dulu para karyawannya sampai dirasa mampu memproduksi kulit, kalau solusi dalam hal modal usaha Kerajinan Gerabah di Banyumulek ini mengandalkan kredit usaha dari lembaga keuangan dan solusi dalam hal pemasaran terus mencari peluang – peluang yang ada di pasaran lewat sesama pengusaha, teman ataupun konsumen, selalu update dengan minat konsumen, terus meningkatkan frekuensi promosi produk – produk yang diproduksi dan juga memberikan diskon untuk menarik minat konsumen.

Saran

Bagi Akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pengembangan ilmu bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.

Bagi Pihak Perusahaan

Diharapkan pengusaha Gerabah di Banyumulek menjaga kualitas produk yang ada agar selalu menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan dapat terjaga dan berkelanjutan. Selain hal tersebut lebih meningkatkan strategi promosi mungkin dengan menggunakan media cetak dan juga berbagai macam media sosial agar produk Kerajinan Gerabah di Banyumulek dapat dikenal masyarakat luas. Inovasi dari produk juga perlu diperhatikan karena di era sekarang banyaknya jumlah industri kerajinan kulit yang lain membuat tingkat persaingan semakin tinggi. Harus bisa menambah pelanggan dan juga mempertahankan pelanggan ada.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti dan agar dapat dikembangkan lagi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arnild Augina Mekarisce, “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat”, Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat, Vol. 12, Edisi 3, 2022
- [2] DIMASA PANDEMI COVID-19. 2022. Kerajinan gerabah Banyumulek. tersedia pada sasakadie.blogspot.com
- [3] Mujadid Amirul Fath, “Analisis Kebermanfaatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) Dalam Mendorong Minat Menabung Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Tahun Akademik 201/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Mataram” (Skripsi, FEBI UIN Mataram , Mataram, 2021), hlm.50.
- [4] Nadhiroh, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar. JOURNAL OF ECONOMIC AND SOCIAL EMPOWERMENT, 2(01), 103-113.
- [5] Nadhiroh, Alvinatun. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar." JOURNAL OF ECONOMIC AND SOCIAL EMPOWERMENT 2.01 (2022): 103-113.
- [6] NADHIROH, Alvinatun. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Gerabah di Desa Plumpungrejo Kabupaten Blitar. JOURNAL OF ECONOMIC AND SOCIAL EMPOWERMENT, 2022, 2.01: 103-113.
- [7] Pendet 2007. Analisis Bentuk Dan Fungsi Gerabah Banyumulek Lombok Barat. Tersedia pada [https:// isi-dps.ac.id](https://isi-dps.ac.id) Samaguna 2015.
- [8] Mudra, 2018 Reproduksi Gerabah Serang Banten di Bali CV. BUDI UTAMA 2018
- [9] Sleman Yogyakarta Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. 2003. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.

- [10] Nila Kusuma Dewi.2015, kerajinan gerabah tinggang di desa banyumulek Kecamatan Kediri Lombok Barat, Skripsi Prodi Pendidikan Seni Rupa,Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
- [11] A.D Selang Cristian, 2013. Bauran Pemasaran (marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyaitas Konsumen pada Fresh MartBahu Mall Manado. dalam Jurnal Emba, Vol 1 No.3 Juni. Amirullah, 2002. Prilaku konsumen. Jogjakarta:Graha ilmu.
- [12] Amstrong , Kotler Philip dan Gary. 2010. Bauran Pemasaran Edisi 4. Jakarta: PT. Penhalindo. . 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta:Erlangga. Arikunto Suharsimi, 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta. Assauri, Sofyan. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.