

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES USED BY THE CRAFT INDUSTRY TO INCREASE WELFARE (Case Study, Penujak Village, West Praya Distric, Central Lombok)

Lia Agustina¹

Dedy Iswanto²

Selva³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Liyaagustin794@gmail.com¹

Dedyiswantos@gmail.com²

Selva.evha111186@gmail.com³

ABSTRACT

In the era of development, industrial development becomes more difficult. This is indicated by the large number of industrial companies operating in the same sector. In the domestic market, competition offers both opportunities and threats to local businesses. The development of informarion media causes a high level of competition that must be faced by business actors, so that a competitive strategy is needed to protect themselves and compete in a healthy manner. The purpose of this study is to find out about the marketing strategies used by the pottery industry in Penujak vilage, westt praya district, cental Lombok regency, as well as obstacles in marketing the pottery industry business in Penujak village. In this study using qualitative descriptive methods, namely data obtained from craftsmen in Penujak village, west praya sub-district, Cental Lombok regency, is by making to order, if there is a new order, the product will be produced according to the order.

Keywords: Marketing Strategy Analysis.

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN YANG DIGUNAKAN
OLEH INDUSTRI KERAJINAN GERABAH GUNA
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN (Studi Kasus, Di Desa
Penujak, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah)**

ABSTRAK

Di era pembangunan zaman, perkembangan industri menjadi lebih sulit. Hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan industri yang beroperasi pada sektor yang sama. Dalam pasar domestik, persaingan menawarkan peluang dan ancaman bagi bisnis lokal. Perkembangan media informasi menyebabkan tingginya tingkat persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha, sehingga diperlukan strategi bersaing untuk melindungi diri dan bersaing secara sehat. Tujuan penelitian ini yaitu, Ingin mengetahui tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh industri kerajinan gerabah yang berada didesa Penujak, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah, serta hambatan dalam memasarkan usaha industri kerajinan gerabah masyarakt desa Penujak. Dalam penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pengrajin gerabah Di Desa Penujak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang selama ini dipakai oleh para pengrajin gerabah didesa Penujak Kecamatan Praya Barat

Kabupaten Lombok Tengah yaitu dengan cara *make to order*, jika ada pesanan baru, maka produk akan diproduksi sesuai dengan pesanan.

Kata kunci: Analisis Strategi Pemasaran.

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris dengan memiliki besar penduduk yang bertempat tinggal diperdesaan, dalam mata pencahariannya bergantung pada sektor pertanian. Sebagaimana dari suatu akibat pertumbuhan penduduknya yang semakin sempit serta persebaran penduduknya yang tidak merata, serta lahan pertanian yang menjadi semakin sempit untuk penggunaan pertanian. Oleh karena itu, perlu adanya suatu peluang dari luar sektor pertanian yang diperlukan untuk mendukung kelangsungan hidup.

Salah satu sektor dari industri kecil adalah gerabah. Dimana kerajinan gerabah itu sendiri merupakan hasil dari proses manufaktur yang melibatkan keterampilan manual dalam pembuatan benda-benda kebutuhan sehari-hari, yang dirancang untuk tujuan fungsional (kegunaan) dan memiliki nilai estetika tersendiri. Usaha kerajinan gerabah merupakan usaha produktif non disektor pertanian, baik untuk mata pencarian sampingan maupun pencarian utama, usaha seni kerajinan gerabah dikatagorikan ke dalam usaha industri. Sepanjang tradisi kecil, istilah kerajinan diciptakan sebagai nama untuk sebuah karya yang dibuat oleh pengrajin. Pengerjaan memiliki latar belakang sejarah, berkembang dari kategori tradisioal yang berdasarkan persepsi harmoni dan keseimbangan dalam hidup.

Industri kerajinan gerabah merupakan seni yang banyak diminati para wisatawan. Gerabah adalah alat yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk dan dibakar, serta digunakan sebagai alat yang bergunabagi kehidupan manusia. Tanah liat merupakan bahan utama dalam pembuatan wadah dengan teknik sederhana sebagai alat yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian besar para pengrajin gerabah adalah petani yang menghabiskan waktu luangnya untuk membuat karya seni dan membuat karya seni dan barang kebutuhan sehari-

hari yang masih digunakan oleh masyarakat Di Desa Penujak, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah.

Masyarakat Desa Penujak, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah merupakan masyarakat industri skala kecil menengah, karena sebagian masyarakatnya bermata pencarian diindustri kerajinan gerabah. Bisnis kerajinan gerabah merupakan aktivitas turun-menurun. Kapan mulai ada aktifitas penduduk setempat tidak bisa saya menjelaskan kapan aktivitas penduduk setempat mulai. Karena aktivitas ini ada sejak mereka dilahirkan. Jadi merupakan warisan dari para pendahulu warga masyarakat setempat. Dalam pengerjaan gerabah itu sendiri masyarakat setempat masih menggunakan peralatan sederhana dalam pembuatannya. Dan juga adapun masalah yang dihadapi oleh pengerajin gerabah adalah kurangnya kemampuan didalam memasarkan gerabah atau (*Marketing Skills*) serta belum memiliki motif yang menarik untuk menarik para konsumen baik lokal maupun international.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian digunakan peneliti yaitu menggunakan data diskriptif kualitatif. Penelitian diskriptif kualitatif yaitu hasil yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap masyarakat industri kerajinan gerabah Di Desa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah.

Penelitian yang dimaksudkan untuk dapat memahami fenomena tentang apa saja yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks khusus yang alamiah, serta memanfaatkan berbagai metode alamiah yang salah satunya dapat bermanfaat untuk meneliti dari segi prosesnya

C. Analisis dan Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Industri Kerajinan Gerabah Didesa Penujak Kecamatan Praya Barat

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap para pengrajin gerabah dapat disimpulkan bahwa para pengrajin gerabah memasarkan produk gerabah mereka dengan cara *make to order*, yaitu jika ada pesanan baru, maka produk akan diproduksi sesuai dengan pesanan. Pesenan biasanya dilakukan dalam jumlah besar oleh konsumen, baik dari konsumen lokal maupun

internasional. Beberapa pengrajin gerabah telah mendirikan *showroom* kecil-kecilan di samping rumah mereka. *Showroom* ini dirancang untuk memamerkan karya mereka dan untuk menarik minat konsumen. serta ada juga pengrajin gerabah menjual produknya dengan cara berkeliling atau *door to door*.

Bedasarkan data yang peneliti dapatkan dari kantor Desa Penujak setempat, Industri Kerajinan Gerabah Didesa Penujak Kecamatan Praya Barat terdapat 1.364 pengrajin produk gerabah dimana mereka tersebar di tujuh dusun seperti, Dusun Adong, Dusun Tongkek, Dusun Kangi, Dusun Mantung, Dusun Toro dan Dusun Tenando, serta Dusun Telage. Didalamnya termasuk para pengrajin yang sudah memiliki cukup tenaga kerja dalam pembuatan produk gerabah, maupun pengrajin yang hanya menganggap pekerjaan ini sebagai pekerjaan sampingan atau pekerjaan paruh waktu mereka saja. Proses produksi dilakukan dengan sendiri, dan diproduksi dalam berbagai bentuk. Usaha gerabah yang mereka jalankan hanyalah pekerjaan sampingan. Profesi utama mereka adalah pertanian dan perternakan. Sebagian besar dari mereka membuat gerabah dengan satu sampai empat staf, dan itupun masih dalam konteks keluarga. Beberapa pengrajin gerabah memilih bisnis ini karena warisan dari nenek moyang mereka. Sebelum memulai usaha, para pengrajin gerabah didesa Penujak sudah memiliki pengetahuan atau keterampilan tentang pembuatan gerabah. Keterampilan tersebut diperoleh dengan mengikuti berbagai jenis pendidikan atau pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah terkait dengan usaha industri kerajinan gerabah.

2. Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Max*)

Bauran pemasaran 4P adalah gabungan dari empat variabel atau aktivitas yang menjadi inti dari sistem pemasaran suatu perusahaan, meliputi produk, struktur harga, aktivitas promosi, dan sistem distribusi. Dari berdasarkan bauran pemasaran 4P yang dilakukan oleh para pengrajin gerabah desa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah dapat disimpulkan bahwa: para pengrajin gerabah desa Penujak membuat produk gerabah dengan berbagai bentuk berupa Vas bunga, tempat lilin, tempat buah,

kap lampu, kendi, patung binatang, peralatan dapur, mainan anak, celengan, hiasan dinding berbentuk binatang, dll. Dalam menentukan harga produk pengrajin gerabah desa penujuk menentukan harga didasarkan oleh ukuran dan tingkat kerumitan suatu produk, semakin besar ukuran produk serta tingkat tinggi kerumitan produk tersebut akan berbanding lurus dengan harga yang harus dikeluarkan oleh konsumen. Sistem distribusi penyaluran produk gerabah yang dilakukan oleh pengrajin gerabah desa Penujuk melalui pengepul, *reseller*, dan ada juga melalui pengambilan dalam jumlah banyak atau para konsumen yang langsung datang ke tempat produksi gerabah. Serta para pengrajin gerabah desa penujuk melakukan promosi dengan cara lewat *online* dan lewat *reseller*.

3. Hambatan Dalam Strategi Pemasaran kerajinan Gerabah Desa Penujuk Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka terdapat hambatan yang dialami oleh para masyarakat pengrajin gerabah Desa Penujuk Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah yaitu: para pengrajin gerabah mengalami beberapa hambatan dalam memasarkan produknya, yaitu masih terbatasnya media pemasaran yang digunakan, serta kurangnya kemampuan para pengrajin gerabah dalam memasarkan produknya. Sehingga strategi pemasaran yang diterapkan pada target tertentu belum maksimal, selama ini para pengrajin gerabah hanya mengandalkan pesanan-pesanan dari konsumen, *reseller*, dan *Showroom* yang mereka buat disamping rumah mereka untuk memajang hasil karyanya untuk menarik minat konsumen. Belum adanya Sarana Tempat Pemasaran Produk yang Khusus bagi Pengrajin Gerabah.

4. Guna Meningkatkan Kesejahteraan Industri Kerajinan Gerabah

Dalam meningkatkan kesejahteraan industri yang berada didesa penujuk yang perlu dilakukan oleh para pengrajin gerabah dan pemerintah desa didesa Penujuk Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah yaitu dengan menciptakan kerjasama dan kemitraan strategi, melakukan kerja sama dengan pihak-pihak seperti kementrian, bupati, dinas pariwisata Lombok tengah maupun provinsi untuk membangkitkan dan bersinergi. Serta selaku para

pengrajin gerabah melakukan kerjasama dengan para pengepul daya menyatukan pendapatan mengenai produk gerabah.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan dan analisis yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa metode pemasaran yang selama ini dipakai oleh para pengrajin gerabah didesa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah yaitu dengan cara *make to order*, yaitu jika ada pesanan baru, maka produk akan diproduksi sesuai dengan pesanan. Pesanan biasanya dilakukan dalam jumlah besar oleh konsumen, baik dari konsumen lokal maupun internasional. Jadi para pengrajin gerabah desa Penujak menerima pesanan produk dari pembeli atau konsumen. Pembeli melakukan pemesanan secara langsung maupun lewat *reseller*. Bahkan sebagian dari pengrajin gerabah membuat *showroom* kecil-kecilan disamping rumah para pengrajin gerabah. *Showroom* ini bertujuan untuk memamerkan karya mereka dan untuk menarik minat konsumen, serta ada juga pengrajin gerabah menjual produknya dengan cara berkeliling atau *door too door*.

Sedangkan untuk bauran pemasaran selama ini dipakai oleh pengrajin gerabah didesa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah adalah 1) Produk yang dihasilkan yaitu semacam Vas bunga, tempat lilin, tempat buah, kap lampu, kendi, patung binatang, peralatan dapur, mainan anak, celengan, hiasan dinding berbentuk binatang, dll. Dari semua jenis produk ini masih dibedakan lagi sesuai bentuk dan ukuran. 2) Harga jual produknya dengan didasarkan oleh ukuran dan tingkat kerumitan suatu produk, semakin besar ukuran produk serta tinggi tingkat kerumitan produk tersebut akan berbanding lurus dengan harga yang harus dikeluarkan oleh pembeli. 3) Sistem distribusi penyaluran produk gerabah yang dilakukan oleh pengrajin desa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah, yaitu melalui pengepul, *reseller*, ada juga melalui pengambilan dalam jumlah banyak atau para konsumen yang langsung datang ke tempat produksi gerabah. 4) Promosi yang dilakukan para pengrajin gerabah desa Penujak dengan cara lewat *reseller*, bahkan ada juga pengrajin gerabah desa Penujak melakukan promosi lewat online.

Berdasarkan dari hasil penelitian dilapangan, guna dalam meningkatkan kesejahteraan yang harus dilakukan oleh para pengrajin gerabah dan pemerintah desa didesa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah yaitu dengan menciptakan kerjasama dan kemitraan strategi, melakukan kerja sama dengan pihak-pihak seperti kementrian, bupati, dinas pariwisata Lombok tengah maupun provinsi untuk membangkitkan dan bersinergi. Serta selaku para pengrajin gerabah melakukan kerjasama dengan para pengepul daya menyatukan pendapatan mengenai produk gerabah.

Daftar Pustaka

- Alwi, Hasan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Astuti, Ambar. 1977. *Pengetahuan Keramik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Basu Swastha Dharmmesta & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Boyd, Walker. Dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan, Strategis dan Orientasi Global)*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Dalam edisi XVII, Yogyakarta: STST, 2001.
- Dominick Salvatone, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2009).
- Drs. Lincoln Arsyad, Msc. *Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Gemapress, 1999),
- Dumairy.1997. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Hasibuan, Nurimansyah. 2000. *Ekonomi Industri, Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*. LP3ES. Jakarta.
- Irsan Azhary. 1986. *Industri Kecil Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta:LP3S
- Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini, *Strategi: Terpadu Komprehensif /Simultan*, Jakarta: Prasetya Mulya Publishing, 2018.
- Kotler, Philip dan A. B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta:Salemba Empat.
- Kusnadi, *Peran Seni Kerajinan (Tradisional dan Baru) Dalam Pembangunan*, dalam edisi XVII, Yogyakarta: STST, 2001.
- Lamb, Charles W, Hair, Joseph F dan Mc.Daniel, Carl. 2001. *Pemasaran Buku 1* Dialih basakan oleh David Octaveria. Jakarta: Salemba Empat.
- Lexy Moleong. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McKinnon, E. Edward. 1996. *Buku Panduan Keramik*. Jakarta: Pusat Penelitian Arkeologi Nasional.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Mulia, T.S.G. dan Hidding, K.A.H., 1980. *Ensiklopedia Indonesia*. Bandung; Van Hoeves Gravenhage.
- Munro, Thomas. 1969. *The Art and Their Interrelations*. Cleveland and London: The Press of Case Western Reserve University.
- Oka, I.B. 1975. *Keramik Tradisional Bali*. Denpasar: Sasana Budaya.
- Soedarso, Sp. 2006. *Trilogi Seni: Penciptaan, Estetika, dan Kegunaan Seni*. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.
- Soegondho, Santoso. 1995. *Tradisi Gerabah di Indonesia: Dari Masa Prasejarah Hingga Masa Kini*. Jakarta: Himpunan Keramik Indonesia.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung Alfabeta, 2016.
- Suharsimi Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sumber: Data Dari Profil Kantor Desa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Tuti Sundari, 2007. “Analisis Strategi Pemasaran Sentral Industri Gerabah Paska Gempa Bumi Di Kecamatan Pundong Bantul Tahun 2006”. Skripsi. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.
- Yudosaputro, W. 1983. *Seni Kerajinan Indonesia*. Jakarta: Departemen P dan K.

Website

Sumber:<http://id.lombokindonesia.org/gerabahdesapenujaklombok/>Diunggah pada Tanggal 24 Desember 2021 08:32

Sumber:[https://www.kaskus.co.id/show_post/57aedbc49e7404ba4f8b4569/12/Tengah/24 Desember 2021 05:29](https://www.kaskus.co.id/show_post/57aedbc49e7404ba4f8b4569/12/Tengah/24%20Desember%202021%2005:29)