



Penerapan Inovasi Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital pada Wisata Edukasi dan Produk Gerabah

Latifah Anom^{1*}, Abdul Azis Safii², Susilowati Rahayu³, Murtini⁴, Fatma Nova Dwi Alifah⁴

^{1,2,4,5} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

³ Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen usaha dan pemasaran digital pada para pengrajin gerabah serta pengelola wisata edukasi di Desa Rendeng, Kecamatan Malo, Kabupaten Bojonegoro. Melalui penerapan inovasi manajemen usaha dan strategi pemasaran berbasis digital, program ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha lokal dalam mengoptimalkan potensi pasar melalui inovasi produk gerabah dengan desain tokoh kartun. Metode yang digunakan mencakup pelatihan manajemen usaha, pemasaran digital, pelatihan inovasi produk gerabah bertema tokoh kartun dan anime, serta pendampingan, dan evaluasi berkelanjutan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan penerapan manajemen keuangan, pengelolaan usaha, serta kemampuan memasarkan produk melalui platform digital seperti media sosial dan marketplace. Meskipun ada tantangan dalam hal adaptasi teknologi, upaya ini telah membantu meningkatkan daya saing produk gerabah dan memperluas jangkauan pasar. Program ini memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha lokal serta mendorong keberlanjutan dalam inovasi pemasaran digital dan manajemen usaha yang lebih efektif.

Kata Kunci: Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, Inovasi, Wisata Edukasi, Gerabah

Abstract

This community service program aims to enhance business management and digital marketing capacities for pottery artisans and educational tourism managers in Rendeng Village, Malo Subdistrict, Bojonegoro Regency. Through the application of business management innovations and digital marketing strategies, the program is expected to help local businesses optimize market potential by innovating pottery products with cartoon character designs. The methods used include business management training, digital marketing training, pottery product innovation workshops featuring cartoon and anime themes, as well as continuous mentoring and evaluation. The results of this program show an improvement in the understanding and implementation of financial management, business operations, and the ability to market products through digital platforms such as social media and online marketplaces. Although there were challenges in adapting to technology, these efforts have helped enhance the competitiveness of pottery products and expand market reach. This program has had a positive impact on

Penulis Korespondensi:

Latifah Anom
(anom@stiekiea.ac.id)

Submit: 25-10-2024

Revisi: 18-11-2024

Diterima: 25-11-2024

Terbit: 02-12-2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

local business growth and promotes sustainability in digital marketing innovation and more effective business management

Keywords: Business Management, Digital Marketing, Innovation, Educational Tourism, Pottery,

1. PENDAHULUAN

Desa Rendeng merupakan salah satu Desa dari 20 Desa yang berada di Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro. Kecamatan Malo merupakan salah satu daerah yang dilewati langsung oleh Sungai Bengawan Solo, sehingga masyarakat juga mengandalkan Sungai Bengawan Solo sebagai mata pencaharian, seperti memanfaatkan tanah liat dari daerah aliran sungai bengawan solo sebagai bahan baku utama pembuatan Gerabah, pembuatan batu bata, serta penambangan pasir dari dalam sungai bengawan solo. Khusus untuk industri Gerabah, Desa Rendeng telah menjadi ikon sebagai “Desa Gerabah” khususnya di Kecamatan Malo dan Kabupaten Bojonegoro karena sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai pengrajin gerabah.

Untuk memacu penjualan hasil produksi gerabah para pengrajin gerabah di Desa Rendeng, sejak tahun 2016 masyarakat Desa Rendeng juga merintis wisata edukasi gerabah untuk menarik pengunjung datang ke Desa Rendeng (RPJMDES Desa Rendeng, 2016). Dengan dimotori oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Karya Mulya, Wisata edukasi gerabah yang ditawarkan adalah edukasi proses dan praktek pembuatan gerabah untuk pengunjung dewasa, sementara bagi kalangan anak-anak disediakan edukasi pewarnaan/painting gerabah.

Pemerintah Desa Rendeng mendirikan BUMDes Karya Mulya sebagai upaya pemberdayaan masyarakat setempat dengan unit usaha utama Wisata Edukasi Gerabah. Tujuan didirikannya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah untuk lebih mengaktifkan dan memperkuat ekonomi pedesaan. BUMDes memiliki peran dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat mulai dari tahap pemberdayaan, perlindungan, hingga pengoptimalan potensi-potensi di desa dan masyarakat untuk dijadikan usaha (Duari, 2021).



Gambar 1. Wisata Edukasi Gerabah Desa Rendeng
Sumber: Hasil Survei (2024)

Wisata edukasi gerabah digunakan sebagai branding atau model pemasaran produk gerabah Desa Rendeng. Dengan bahwa dengan datangnya pengunjung wisata edukasi gerabah ke Desa Rendeng maka akan terjadi efisiensi tenaga kerja dan efisiensi pemasaran

(Murtini et al., 2024). Disamping hal tersebut munculah proses pemesanan untuk kebutuhan-kebutuhan souvenir, hiasan, dan peralatan rumah tangga.

Saat ini BUMDes Karya Mulya dan para pengrajin Gerabah Rendeng mengalami kesulitan menjangkau pasar lebih luas. Meskipun telah mengembangkan berbagai strategi pemasaran, BUMDes Karya Mulya masih belum mampu mengoptimalkan potensi pasar yang ada.

Adopsi teknologi dan infrastruktur yang memadai juga dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan pemasaran produk gerabah Desa Rendeng. Perkembangan teknologi digital dan kemajuan dalam logistik dapat membuka peluang baru dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi distribusi (Anom & Safii, 2022; Safii et al., 2024).

Wawancara dengan Direktur BUMDes Karya Mulya didapatkan bahwa selain produk gerabah konvensional seperti tungku, cobek, dan penggorengan, selama ini gerabah yang diproduksi dan digunakan sebagai obyek painting pada wahana edukasi gerabah Desa Rendeng hanya mengandalkan bentuk-bentuk binatang sehingga kurang menarik bagi generasi milenial. Pengrajin Gerabah Rendeng penting untuk dapat beradaptasi terhadap kondisi pasar terkini dan pemanfaatan platform digital untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Mitra pada program kemitraan masyarakat ini adalah BUMDes Karya Mulya dan para pengrajin Gerabah Rendeng. Paguyuban Jamu Desa Ngablak. Berdasarkan koordinasi awal dengan Saat ini BUMDes Karya Mulya dan para pengrajin Gerabah Rendeng mengalami kesulitan menjangkau pasar lebih luas. Meskipun telah mengembangkan berbagai strategi pemasaran, BUMDes Karya Mulya masih belum mampu mengoptimalkan potensi pasar yang ada.

Keterbatasan inovasi dan ragam produk gerabah juga menjadi masalah prioritas untuk dapat dipecahkan bagi para pengrajin gerabah Desa Rendeng. Selain produk gerabah konvensional seperti tungku, cobek, dan penggorengan, selama ini gerabah yang diproduksi dan digunakan sebagai obyek painting pada wahana edukasi gerabah Desa Rendeng hanya mengandalkan bentuk-bentuk binatang sehingga kurang menarik bagi generasi milenial. Inovasi bentuk gerabah dalam berbagai hiasan dan bentuk tokoh yang kekinian diharapkan menjadi pedongkrak penjualan produk gerabah di Desa Rendeng.



Gambar 2. Produk Gerabah Desa Rendeng
Sumber: Hasil Survei (2024)

Kendala lain dari BUMDes Karya Mulya dan para pengrajin gerabah adalah masalah manajemen usaha. Stock gerabah yang merupakan kemitraan dengan para pengrajin gerabah desa setempat seringkali over stock untuk produk gerabah dengan bentuk yang sama, namun di sisi lain stock juga sering terlambat karena produksi gerabah memerlukan proses pengeringan yang relative lama.

Berdasarkan pada permasalahan maka tujuan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memecahkan kedua aspek permasalahan prioritas:

- a. Meningkatkan Kapasitas Manajemen Usaha: Program ini diarahkan untuk mengembangkan kapasitas manajerial BUMDES Karya Mulya dengan memberikan pelatihan dalam manajemen terkait manajemen persediaan stock gerabah dan pemesanan kepada mitra pengrajin gerabah. Peningkatan manajemen usaha juga dilakukan dengan pendampingan pengelolaan keuangan.
- b. Mempromosikan/Branding dan Pemasaran: Tujuan kedua adalah bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk gerabah masyarakat Desa Rendeng. Melalui penerapan strategi pemasaran inovatif dan penggunaan teknik pemasaran digital, program ini diharapkan dapat memposisikan produk gerabah rendeng sebagai pilihan unggul di mata konsumen, mengembangkan jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan (Safii et al., 2022).
- c. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim yang telah memiliki pengalaman dalam berbagai pelatihan dan pendampingan dalam pemberdayaan UMKM ataupun kelompok masyarakat (Anom et al., 2023; Safii, Kuntardina, et al., 2023; Safii, Rahayu, et al., 2023).

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam program pada BUMDes Karya Mulya dan Pengrajin Gerabah Desa Rendeng-Malo dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan dan potensi masyarakat setempat, khususnya para pengrajin gerabah dan pengelola wisata edukasi gerabah. Tim pengabdian dari STIE Cendekia bekerja sama dengan BUMDes Karya Mulya serta pemerintah desa untuk memahami permasalahan yang dihadapi, seperti keterbatasan akses pasar dan manajemen usaha yang belum optimal. Survei dan wawancara dengan pelaku usaha gerabah dilakukan untuk menggali tantangan dan peluang yang ada.



Gambar 3. Diskusi Identifikasi Permasalahan Wisata Edukasi Gerabah Desa Rendeng
Sumber: Hasil Survei (2024)

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan dan workshop. Kegiatan ini dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital. Dalam pelatihan manajemen usaha, para pengrajin diajarkan mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan produksi, dan manajemen persediaan gerabah yang terkendala proses produksi pada masa musim penghujan. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional para pengrajin dan pengelola wisata, sehingga mereka dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat (Hidayatin et al., 2022).

Pada bagian workshop pemasaran digital, peserta diperkenalkan dengan berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk gerabah serta memperkenalkan wisata edukasi gerabah rendeng kepada masyarakat luas. Materi pelatihan meliputi cara menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk branding, serta bagaimana memanfaatkan marketplace untuk meningkatkan penjualan. Para peserta juga dilatih untuk membuat konten yang menarik, termasuk fotografi produk, copywriting untuk deskripsi produk, hingga pembuatan video promosi berbasis media sosial. Penggunaan teknologi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional (Martiah & Theodora, 2024).

Selanjutnya, dilakukan pendampingan intensif secara berkala. Tim pengabdian memberikan konsultasi dan bimbingan kepada pelaku usaha selama beberapa bulan setelah pelatihan. Pendampingan ini meliputi evaluasi strategi manajemen dan pemasaran yang telah diterapkan, serta memberikan solusi atas permasalahan yang mungkin muncul selama proses implementasi. Dengan pendampingan yang berkelanjutan, para pengrajin dan pengelola wisata diharapkan dapat terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan dinamika pasar.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Tim pengabdian akan melakukan peninjauan secara langsung terhadap dampak yang dihasilkan dari program ini. Indikator kesuksesan meliputi peningkatan jumlah pengunjung wisata edukasi, pertumbuhan penjualan produk gerabah, serta peningkatan kemampuan pengrajin dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital. Evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan program di masa mendatang, serta memastikan keberlanjutan manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Workshop Pemasaran Digital

Workshop pemasaran digital bagi Pengurus BUMDes Karya Mulia dan Produsen Gerabah Desa Rendeng dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2024.



Gambar 4. Workshop Pemasaran Digital Wisata Edukasi Gerabah, dan Produk Gerabah Desa Rendeng

Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2024)

Dalam pelatihan pemasaran digital, para peserta berhasil memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk gerabah mereka. Beberapa pengrajin yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan secara offline kini mampu

melakukan transaksi online melalui Shopee dan Tik-Tok. Hasil dari implementasi ini terlihat dari meningkatnya jumlah pesanan yang diterima secara online, meskipun masih perlu peningkatan dalam hal konsistensi promosi. Penggunaan media sosial juga membantu pengrajin memperluas jaringan dan menarik perhatian calon konsumen wisata edukasi gerabah dari luar daerah, yang sebelumnya sulit dijangkau dengan pemasaran tradisional.

b. Pelatihan Manajemen Usaha, Pencatatan Keuangan, dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan BUMDes Karya Mulya.

Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan, serta Penyusunan Laporan Keuangan BUMDes Karya Mulya dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2024.



Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan, serta Penyusunan Laporan Keuangan BUMDes Karya Mulya
Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2024)

Pelatihan manajemen usaha yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang positif bagi pengrajin gerabah dan pengelola wisata di Desa Rendeng. Sebagian besar peserta mampu memahami konsep dasar manajemen usaha khususnya pengelolaan keuangan. Peningkatan signifikan terjadi dalam hal perencanaan keuangan, di mana para pengrajin mulai menerapkan pembukuan sederhana untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran. Hal ini membantu mereka dalam merencanakan modal usaha dengan lebih baik, serta meningkatkan kontrol terhadap biaya produksi. Selain itu, pengelola wisata edukasi juga mulai mengembangkan paket-paket wisata yang lebih terstruktur dengan harga yang kompetitif, sehingga mampu menarik lebih banyak pengunjung.

c. Pengembangan Desain Produk Gerabah Tokoh Kartun

Selain tetap memproduksi produk gerabah keperluan rumah tangga, maka diperlukan strategi untuk menjangkau konsumen generasi milenial. Produk gerabah bentuk karakter atau tokoh film kartun dipilih untuk meningkatkan daya jual produk gerabah Desa Rendeng bagi kalangan siswa PAUD, TK, dan Sekolah Dasar. Kedekatan generasi milenial dengan tokoh animasi terbukti dapat dimanfaatkan untuk menciptakan strategi penjualan yang efektif (Rustine & Indriana, 2023).

Para pengrajin gerabah diberikan pelatihan khusus mengenai teknik pembuatan gerabah dengan bentuk dan desain tokoh kartun. Pelatihan ini mencakup pengembangan keterampilan dalam mengolah tanah liat untuk menciptakan bentuk yang lebih detail, serta penggunaan cat dan glasir yang sesuai untuk memperkuat visual tokoh kartun pada produk gerabah. Pelatihan ini juga melibatkan pembelajaran desain melalui gambar atau patung contoh yang diambil dari karakter kartun yang telah dipilih.



Gambar 5. Produk Gerabah Tokoh Kartun dan Anime
Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2024)

Setelah menerapkan metode pengembangan desain produk dengan tema tokoh kartun, hasil yang signifikan terlihat dalam hal minat pasar terhadap gerabah Desa Rendeng. Produk gerabah bertema tokoh kartun, seperti cangkir dan vas bunga berbentuk karakter binatang atau pahlawan super, menjadi lebih populer di kalangan konsumen muda dan anak-anak.

d. Pendampingan dan Implementasi Berkelanjutan

Pendampingan yang dilakukan setelah pelatihan memberikan dampak positif bagi pengrajin dan pengelola wisata. Selama proses pendampingan, tim pengabdian memberikan saran praktis dalam menyesuaikan strategi yang telah diajarkan. Misalnya, beberapa pengrajin awalnya mengalami kesulitan dalam mengelola waktu untuk promosi digital, namun setelah konsultasi, mereka dapat menetapkan jadwal rutin untuk memposting konten di media sosial. Selain itu, evaluasi berkala terhadap penggunaan marketplace membantu mereka meningkatkan penjualan dengan lebih efektif, seperti penyesuaian harga dan kualitas layanan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Penerapan metode pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital dalam program pengabdian masyarakat di Desa Rendeng telah berhasil dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin gerabah, serta peningkatan manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Karya Mulia Desa Rendeng yang menaungi wisata edukasi gerabah Desa Rendeng. Meskipun masih terdapat tantangan, terutama dalam hal teknologi dan konsistensi, keberlanjutan pendampingan dan pelatihan akan terus didorong untuk memastikan kesuksesan jangka panjang dari inovasi ini.

REFERENSI

Anom, L., Adiputra, E., Murtini, M., Safii, A. A., & Bisri, H. (2023). Product Innovation And Marketing Assistance To Eco Green Handcraft MSMEs. *TGO Journal of Community Development*, 1(2), 39–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.56070/jcd.2023.007>

- Anom, L., & Safii, A. A. (2022). Enhancing MSME Performance through Market Sensing Capability, Innovation Capability, and Iconic Ethnic Product Development. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.30741/adv.v6i1.778>
- Duari, I. H. H. (2021). Pengembangan Desa Wisata Gerabah dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Pundong Bantul. *Media Wisata*, 15(1), 557–561. <https://doi.org/10.36276/mws.v15i1.89>
- Hidayatin, D., Prasaja, M., & Anom, L. (2022). Strategi Penguatan Usaha BUMDesa Melalui Peningkatan Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 7(2), 137–150.
- Martiah, S., & Theodora, B. D. (2024). Pelaku Usaha UMKM Naik Kelas Dengan Pemasaran di Marketplace. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 561–566. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/eamal.v4i2.3391>
- Murtini, M., Safii, A. A., & Anom, L. (2024). Exploring The Relationship Between Entrepreneurial Networking, Entrepreneur Leadership, Innovation capability, and MSMEs Performance. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 3(1), 37–47. <https://doi.org/10.56070/ibmaj.2024.005>
- Rustine, M., & Indriana, I. (2023). Potensi Penggunaan Influencer Virtual Indonesia Bagi Pemasaran Pariwisata Indonesia. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 16–27.
- Safii, A. A., Anom, L., & Murtini, M. (2024). Financial technology adoption on MSMEs sustainability: The mediating role of financial literacy and financial inclusion. *Journal of Socioeconomics and Development*, 7(2), 121–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.31328/jsed.v7i2.5258>
- Safii, A. A., Kuntardina, A., & Anom, L. (2023). Analysis of Job Performance from the Perspective of Volunteers for Tourist Village Development. In Budi Setiawan (Ed.), *The 1st International Conference of Management and Business (ICoMB 2022)* (pp. 3–12). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-160-9_2
- Safii, A. A., Rahayu, S., & Anom, L. (2022). Marketing Assistance and Herbal Products Market Expansion of Paguyuban Jamu Gendong Desa Ngablak. *Empowerment Society*, 5(1), 22–27.
- Safii, A. A., Rahayu, S., & Nash'ul Amrina, H. (2023). Community Empowerment Through Ecotourism Development of Grogolan Lake, Ngunut Vilage. *Empowerment Society*, 6(3). <https://doi.org/10.30741/eps.v6i1.956>