
PELATIHAN APLIKASI CANVA UNTUK PEMBUATAN KONTEN DIGITAL MARKETING BAGI PENGRAJIN GERABAH DI DESA BUMIJAYA KECAMATAN CIRUAS KABUPATEN SERANG PROPINSI BANTEN

Sulaeman Deni Ramdani¹, Ananda Yhuto Wibisono Putra², Herlina Pratiwi³

^{1,2}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

³Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin

s.deni.ramdani@untirta.ac.id, wyhuto@untirta.ac.id, herlina.pratiwi@uinbanten.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital saat ini sangatlah pesat. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh dan tuntutan zaman yang semakin tinggi dan canggih untuk mempermudah urusan manusia. dsamping pesatnya perkembangan teknologi, gerabah merupakan salah satu warisan budaya tak benda yang memiliki nilai sejarah, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan seni yang tinggi yang sampai saat ini masih dilestarikan. Gerabah menjadi salah satu karya seni yang sangat bernilai ditengah pesatnya perkembangan teknologi yang begitu pesat. Perkembangan kerajinan gerabah menjadi sangat sulit karena mulai ditinggalkan oleh generasi muda meskipun secara produk masih tetap dibutuhkan oleh masyarakat sebagai koleksi seni atau perabotan yang memang masih menggunakan bahan dasar tanah liat dikehidupan sehari-hari. Permasalahan lainnya yaitu dalam pemasaran produk. Hal ini dikarenakan para pengrajin yang kebanyakan sudah mencapai usia tua sehingga tidak dapat mengoptimalkan potensi teknologi digital dalam pemasaran. Hal ini terjadi di desa bumijaya kecamatan ciruas kabupaten serang provinsi banten. Tempat tersebut merupakan salah satu lokasi dimana para pengrajin gerabah sudah turun temurun melestarikan kerajinan gerabah. Tetapi perkembangannya saat ini semakin menurun karena adanya teknologi yang mulai menyisihkan kerajinan gerabah sehingga perlu adanya inovasi untuk memasarkan gerabah secara digital. Metode yang dipakai adalah workshop dengan ceramah dan demonstrasi melatih para pengraji gerabah agar mampu mengoptimalkan potensi yang mereka miliki. Berdasarkan hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif dan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai efektivitas kegiatan pelatihan yaitu dengan kategori sangat efektif.

Kata Kunci: *gerabah, bumijaya, digital marketing, canva, pelatihan*

Abstract

The development of digital technology is currently very large. This cannot be separated from the influence and demands of an increasingly high and sophisticated era to make human affairs easier. Apart from the rapid development of technology, pottery is one of the intangible cultural heritages which has high historical, scientific and technological and artistic value which is still preserved today. Pottery has become one of the most valuable works of art amidst the rapid development of technology. The development of pottery crafts has become very difficult because it is starting to be abandoned by the younger generation even though the products are still needed by the community as art collections or furniture which still uses clay as a basic material in everyday life. Another problem is in product marketing. This is because most of the craftsmen have reached old age and are therefore unable to optimize the potential of digital technology in marketing. This happened in Bumijaya village, Ciruas subdistrict, Serang district, Banten province. This place is one of the locations where pottery craftsmen have been preserving the craft of pottery for generations. However, its development is currently decreasing because technology is starting to crowd out pottery crafts, so there is a need for innovation to

market pottery digitally. The method used is a workshop with lectures and demonstrations to train pottery makers to be able to optimize their potential. Based on the results of the activities, it shows that the training has a positive impact and can increase the participants' knowledge and skills. This is indicated by the effectiveness value of training activities, namely in the very effective category.

Keywords: pottery, bumijaya, digital marketing, canva, training

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini menjadi tantangan yang harus menjadi perhatian semua pihak. Adanya teknologi digital yang merubah gaya hidup dan cara manusia beraktivitas memberikan gambaran bahwa perubahan yang terjadi menuntut adanya proses adaptasi yang semakin dituntut cepat. Hal ini terjadi juga dalam proses manusia bertransaksi jual beli. Proses jual beli yang tadinya menggunakan cara konvensional berubah menjadi transaksi berbasis digital. Perubahan ini terjadi sangat cepat dan menuntut semua unsur untuk siap dengan perubahan yang terjadi. Hal ini terjadi juga di transaksi penjualan barang-barang tradisional salah satunya adalah penjualan gerabah.

Gerabah menjadi salah satu produk hasil karya manusia menggunakan tanah liat yang masih bertahan hingga saat ini, baik menggunakan peralatan modern ataupun peralatan canggih. Gerabah merupakan kerajinan karya seni menggunakan tanah liat yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah bentuk atau profil tertentu sesuai dengan kebutuhan fungsi yang diperlukan. Gerabah di banten memiliki keunikan yang tidak ada di tempat lain. Gerabah di Banten memiliki ciri yaitu dari perspektif ukuran, bentuk, dan warna. Gerabah di banten rata-rata memiliki ukuran yang besar yaitu tinggi sekitar 50-180 cm dengan diameter mencapai 100 cm. selain itu gerabah di banten menggunakan warna yang cukup menarik yaitu ada warna husam hitam, hijau, dan coklat (Mudra, 2018).

Pengembangan gerabah sampai saat ini masih mengalami banyak kendala, khususnya di wilayah Serang Banten. Sebuah penelitian menemukan beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industry gerabah yaitu modal, sumber daya manusia, teknologi atau alat produksi yang digunakan, bahan baku, Bencana alam. Organisasi pengrajin, dan kebijakan pemerintah,(Hastuti, 2012). Pengembangan industry gerabah menghadapi tantangan yang semakin tinggi dengan adanya banyak

perubahan dan kemajuan teknologi yang ada saat ini. Permasalahan ini dirasakan oleh para pengrajin di desa Bumijaya tepatnya kampung kosambi Ciruas Kabupaten Serang Banten. Terdapat beberapa pengrajin gerabah yang ada didaerah tersebut. Pada tahun 2019 jumlahnya sekitar 300 tempat produksi tetapi terjadi penurunan jumlah pengrajin yang signifikan pada tahun 2022. Hal ini dikarenakan pemasaran yang kurang optimal dan lemahnya penguasaan teknologi digital. Permasalahan inovasi yang lemah juga mempengaruhi lambatnya pengembangan industry gerabah. Permasalahan inovasi produk gerabah, keterampilan pengrajin yang belum terstandar, bahan baku terbatas (Qoyimah et al., 2014). Dibutuhkan upaya yang berkelanjutan untuk meningkatkan pemasaran produk..

Pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dari sebuah usaha untuk tetap dapat bertahan di era pandemic covid 19 yang semakin menuntut semua orang untuk kreatif, inovatif, dan mampu berimprovisasi untuk tetap dalam menjalankan roda perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Pemasaran produk merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Para pengrajin gerabah mitra masih menggunakan cara-cara konvensional dalam pemasaran gerabah. Produk hasil gerabah hanya dipasarkan secara tradisional ditawarkan di pinggir jalan atau hanya dipajang di depan rumah produksi. Hal yang menjadi permasalahan pemasaran dan promosi adalah yang kurang intensif dan kurang menarik (Erica Purnawanti, 2021). Meskipun tidak hanya mengandalkan pemasaran yang bersifat pasif, salah satu yang menjadi factor utama bertahan adalah pesanan gerabah dari kolega atau langganan yang telah terjalin lama. Pesanan tersebut menjadi pemasukan yang cukup besar karena sifatnya skala besar sehingga keuntungannya pun relative lebih besar. Metode pemasaran yang digunakan saat ini dirasa belum optimal dan perlu ditingkatkan karena masih bertahan dengan cara konvensional dan masih bersifat stagnan serta tidak ada perubahan yang signifikan atau hanya cukup untuk operasional dan pemasukan yang sifatnya masih terbatas. Oleh karena itu, perlu sebuah strategi pemasaran yang sesuai dengan tuntutan dan perkembangan di era digital sekarang ini. Pengrajin gerabah memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sehingga pemasaran masing menggunakan cara konvensional (Pamungkas et al., 2019). Pernah ada upaya untuk memberikan solusi permasalahan mengenai pemasaran melalui marketplace dibuat secara independent untuk industry

gerabah yang ada di Ciruas Serang Banten (Sundari & Nainggolan, 2017). Oleh karena itu, permasalahan pemasaran produk yang masih konvensional saat ini dapat dioptimalkan dengan mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi serta cara konvensional untuk mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan produk secara nasional bahkan internasional. Salah satu kunci keberhasilan pemasaran tersebut adalah manajemen usaha yang baik dan berkelanjutan.

Manajemen usaha pengrajin gerabah yang ada di ciruas masih terbilang hanya mengandalkan cara-cara lama dan belum ada manajemen yang bersifat terstruktur. Hal ini dikarenakan usaha gerabah di sana merupakan turun temurun dari orang tua sebelumnya atau memang hanya mengisi kegiatan dirumah agar lebih produktif. Manajemen usaha yang pakai saat ini dirasa masih belum optimal. Hal ini dikarenakan orientasinya hanya sebatas memenuhi kebutuhan sehari-hari dan belum diproyeksikan untuk pemasaran yang sifatnya massive untuk keuntungan yang jauh lebih besar. Oleh karena itu perlu sebuah terobosan untuk merombak manajemen usaha yang ada saat ini agar pengrajin gerabah dapat bertahan di zaman serba canggih dan gempuran teknologi yang semakin tinggi. Di era yang serba canggih dan serba digital, kerajinan tradisional gerabah perlu tetap dilestarikan dengan baik

TINJAUAN PUSTAKA

1. Gerabah

Gerabah adalah peralatan memasak (peralatan masak, dan lain-lain) yang terbuat dari tanah liat. Gerabah biasa di sebut tembikar oleh masyarakat pada umumnya. Gerabah merupakan perkakas yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk dan dibakar sebagai alat yang berguna dalam kehidupan masyarakat (Dewi et al., n.d.). Pembuatan tembikar atau gerabah melibatkan pengolahan dan pembakaran tanah liat. Kerajinan gerabah mulai dikenal masyarakat sejak ribuan tahun yang lalu. Tembikar telah ada sejak zaman prasejarah dan digunakan untuk keperluan rumah tangga dan keperluan keagamaan (Sudianto & Sadali, 2018). Gerabah menjadi salah satu warisan budaya dan identitas yang menjadi suatu keunggulan dan ciri khas yang sangat erat dengan nuansa antik dan menarik. Potensi pengembangan gerabah menjadi salah satu prioritas yang perlu menjadi perhatian untuk menjadikan gerabah sebagai varian yang sangat perlu untuk dikembangkan dan dilestarikan di era globalisasi dan

modernisasi. Desa bumijaya kecamatan ciruas kabupaten serang provinsi banten menjadi salah satu tempat yang sampai saat ini masih kuat dalam melestarikan budaya gerabah. Perlu ada upaya untuk meningkatkan pemasaran gerabah melalui integrasi pemasaran digital agar para pengusaha gerabah tetap dapat bertahan.

2. Digital Marketing

Digital marketing atau pemasaran digital adalah pemasaran atau periklanan suatu merek atau produk dengan digitalisasi menggunakan komputer, handphone, dan perangkat lainnya yang menggunakan jaringan internet dengan tujuan untuk memberikan informasi dan menarik konsumen. Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran produk yang menggunakan internet serta teknologi informasi untuk meningkatkan fungsi dan memperluas pemasaran tradisional (Kusuma1 & Sugandi, 2018).

Digital marketing menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan dan memperluas jaringan dan jangkauan penjualan (Dwijayanti & Pramesti, n.d.). Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital menjadi salah satu solusi strategis untuk masyarakat pengrajin gerabah dalam memperluas jangkauan pemasaran produk gerabah. Pentingnya integrasi pemasaran digital dalam penjualan produk menjadi salah satu prioritas para pengrajin untuk dapat meningkatkan penjualan. Salah satu penggunaan aplikasi untuk pemasaran digital adalah pembuatan konten dengan menggunakan aplikasi canva.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA). PLA merupakan sebuah pendekatan pemberdayaan masyarakat yang memiliki keunggulan baik secara filosofis maupun nilai aksi dengan mengutamakan pada proses belajar bersama (Satori, M: 2018). Secara umum proses pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu:

1. Kunjungan Awal dan Pengakraban Diri dengan Masyarakat

- a. Kunjungan awal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan, keterbukaan, dan keakraban; mengembangkan rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian bersama masyarakat; serta memberi gambaran lebih lengkap secara bersama terkait rencana kegiatan pengabdian pada masyarakat.

-
- b. Waktu kunjungan awal tim kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan menjelang pelaksanaan kegiatan pendampingan.
 - c. Dalam kunjungan awal ini ditentukan lokasi pembuatan tempat pengelolaan sampah organik dan jadwal pelaksanaan kegiatan.
 - d. Catatan dan anjuran terkait kegiatan yang akan dilakukan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

a. Integrasi

Integrasi merupakan tahap masuknya seorang tim dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ke dalam suatu komunitas yang sama sekali belum didatangi.

b. Adaptasi

Tahap ini merupakan tahap diterimanya tim oleh masyarakat yang akan menjadi peserta dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat.

c. Inventarisasi Masalah

Tahap ini merupakan tahap pengumpulan berbagai informasi tentang segala persoalan yang dihadapi masyarakat di samping informasi tentang potensi yang dimiliki, baik potensi alam, SDM, maupun sumber daya sosialnya.

d. Problematisasi Masalah

Berdasarkan persoalan yang telah diinventarisasi, maka tim kegiatan pengabdian pada masyarakat melakukan tahap pengembalian masalah melalui proses problematisasi masalah.

e. Aksi

Tahap ini merupakan tahapan untuk memberdayakan masyarakat dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat. Kegiatan yang dilaksanakan yaitu Sosialisasi Kepada Para Pengrajin Mengenai Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Produk Berbasis Teknologi Digital Untuk Sustainability Produk Kearifan Lokal dan Pelatihan Cara Pembuatan Marketplace Online Untuk Para Pengrajin Gerabah Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Produk Berbasis Teknologi Digital Untuk Sustainability Produk Kearifan Lokal

f. Evaluasi

Tahap ini merupakan tahap penilaian terkait kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang digital marketing yang telah dilakukan bersama-sama untuk

melakukan perbaikan pada kegiatan selanjutnya. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuisioner kepada peserta untuk menilai keefektifan kegiatan dan kinerja dari tin selama kegiatan berlangsung.

g. Refleksi

Tahap ini merupakan tahap untuk melakukan introspeksi kegiatan pengabdian pada masyarakat yang sudah dilakukan mulai dari tahap awal sampai kepada evaluasi. Evaluasi meliputi semua aspek, yaitu pelaku, program, maupun kondisi sosial lingkungan yang turut mempengaruhi proses secara keseluruhan. Berdasarkan tahap refleksi ini, pendamping bersama-sama dengan masyarakat mulai melakukan kegiatan berikutnya yang dianggap perlu dilakukan, misalnya pada kegiatan berikutnya, dapat saja ditingkatkan volume dan bentuk kegiatannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat pengrajin sangat antusias karena memang mereka sangat membutuhkan perhatian dari pihak lain untuk membantu mengembangkan usaha mereka. Pendampingan dalam usaha gerabah sangat penting untuk kelangsungan usaha yang berkelanjutan (Anwar et al., 2019). Oleh karena itu pendampingan dilakukan sesuai permasalahan prioritas yang dihadapi oleh para pengrajin. Terdapat satu kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu kegiatan pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah di Desa Bumijaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang Provinsi Banten. Kegiatan pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah di Desa Bumijaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang Provinsi Banten. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 12 Oktober 2023. Kegiatan tersebut bertempat di aula rumah sekretaris desa bumijaya kecamatan ciruas kabupaten serang provinsi banten. Peserta sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut karena hal ini merupakan pengetahuan dan keterampilan baru yang sangat penting untuk mendukung penjualan berbasis digital marketing dengan pemanfaatan canva sebagai aplikasi desain berbasis online. Peserta yang mengikuti kegiatan berjumlah 30 orang yang merupakan perwakilan dari para pengrajin gerabah. Berikut foto kegiatannya



Gambar 1. Kegiatan diskusi Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah



Gambar 2. Kegiatan diskusi Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah



Gambar 3. Foto Bersama Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah

Kegiatan tersebut di ikuti para pengrajin sampai selesai dengan sangat antusias. Para peserta melakukan praktik dan demonstrasi dalam kegiatan tersebut sehingga pengetahuan dan keterampilan dapat di optimalkan karena mereka langsung praktik membuat desain yang memang sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner untuk mengukur keefektifan kegiatan pelatihan, mendapatkan informasi bahwa peserta pelatihan berpendapat bahwa kegiatan pelatihan sangat efektif karena tidak hanya menyajikan teori semata tetapi langsung praktik dan berlatih bagaimana cara penggunaan aplikasi canva untuk mendesain suatu produk tertentu. Hal ini dirasakan sangat bermanfaat bagi masyarakat karena dengan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan canva dapat membuat mereka lebih kreatif dalam mengemas informasi produk gerabah untuk penjualan dengan digital marketing.

KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten Digital Marketing Bagi Pengrajin Gerabah berjalan dengan lancar dan sukses. Hal ini ditunjukkan dari respon peserta pelatihan dari hasil pengisian kuisioner yang masuk kedalam kategori sangat efektif. Antusias para pengrajin gerabah dalam mengikuti pelatihan menunjukkan bahwa mereka sangat membutuhkan kegiatan ini. Hal yang perlu ditingkatkan yaitu motivasi pengrajin gerabah untuk selalu dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada khususnya dalam pemasaran produk gerabah yang mereka hasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A., Ruma, Z., & Budiyaniti, H. (2019). Pelatihan penyusunan anggaran komprehensif pada pemilik usaha gerabah di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Takalar. *Prosiding Seminar Nasional Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Makassar*, 8, 492–494.
- Dewi, N. K., Suartini, L., Rediasa, N., Pendidikan, J., & Rupa, S. (n.d.). *KERAJINAN GERABAH TINGGANG DI DESA BANYUMULEK, KECAMATAN KEDIRI, LOMBOK BARAT*.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (n.d.). *Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19*.
- Erica Purnawanti. (2021). *Pemasaran Gerabah Guci Di Bayat Klaten*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

-
- Hastuti, I. (2012). Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor Yang Mempengaruhi, Dan Strategi Pembedayaanya Pada Masyarakat Di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Kusuma¹, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Mudra, I. W. (2018). *Reproduksi Gerabah Serang Banten di Bali*. Deepublish.
- Pamungkas, H. A., Hidayatulloh, A., & Yogyakarta, I. (2019). Faktor penentu perkembangan umkm gerabah kasongan bantul yogyakarta Determinants of the development of the kasongan bantul earthenware vessel. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 15(1), 65–71.
- Qoyimah, D., Sukidin, & HMS, U. (2014). *ANALISIS HAMBATAN DAN PERKEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI KERAJINAN KERAMIK DAN GERABAH DI DUSUN PAGERJURANG, KLATEN, JAWA TENGAH*.
- Sudianto, A., & Sadali, M. (2018). Penerapan Sistem Informasi Geografis (GIS) dalam Pemetaan Kerajinan Kain Tenun dan Gerabah untuk Meningkatkan Potensi Kerajinan di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Informatika Dan Teknologi*, 1(2), 71–78. <https://doi.org/10.29408/jit.v1i2.882>
- Sundari, J., & Nainggolan, E. R. (2017). E-marketplace desa gerabah untuk pengrajin di desa bumi jaya serang banten. *Journal Industrial Servicess*, 3(1), 68–73.