

Pendampingan Manajemen Pelayanan dan Promosi Usaha Kerajinan Gerabah Kasongan Melalui Media Sosial

Atik Septi Winarsih¹, Dewi Sekar Kencono², Firly Annisa³

^{1,2}Department of Government Affairs and Administration, Jusuf Kalla School of Government, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia, Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta – Indonesia

³Department of Communication, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia, Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta – Indonesia

Email: atikseptiwinarsih@umy.ac.id ; dewisekarkencono@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.54.974>

Abstrak

Asosiasi Kerajinan Tembikar Kasongan didirikan pada tahun 1984 sebagai Koperasi Setia Bawana, yang berarti pengrajin setia tanah. Koperasi ini berkembang pesat setelah gempa Yogyakarta 2006. Desa Wisata Kasongan berada di Kajen, Bangunjiwo, Kabupaten Bantul. Kasongan adalah pusat gerabah Yogyakarta. Banyak warga yang membuat piring, kuali, kendi, toples, pot berbingkai, mainan anak, dan patung. Kasongan, desa wisata yang berjarak 7 km dari pusat Kota Jogja, menawarkan kursus kerajinan tangan dan pembuatan gerabah. Sejak Perang Diponegoro, Kasongan telah membuat gerabah, menurut Isi.ac.id (1825-1830). Mereka membuat kuali, pengaron, anglo kecil, anak perempuan, dan tembikar lainnya untuk keperluan sehari-hari. Terakhir, gerabah diolah menjadi oleh-oleh wisata. Desain sederhana tembikar Kasongan menjadi ikon lokal. Desa menghasilkan gerabah berkualitas ekspor untuk maju. Sudah mencapai pasar Eropa dan Amerika. Pada tahun 2006, terdapat 584 pengrajin. Namun saat ini, anggota koperasi berjumlah 200 orang dan yang aktif hanya 30 orang. Di masa pandemi ini, hanya sedikit yang aktif karena gerabah Kasongan diekspor. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain mempromosikan gerabah Kasongan melalui media sosial karena di masa pandemi Covid-19 sebaiknya menjual produk secara online atau melalui media sosial. Media sosial memungkinkan orang untuk membeli tembikar tanpa meninggalkan rumah. Orang perlu memeriksa status WhatsApp dan Instagram. Toko online semakin banyak di toko offline (toko online). Dengan bantuan ini, diharapkan semakin banyak pengrajin yang menjual dagangannya secara online. Konsumen senang karena tidak kehilangan uang transport dan barang sampai dengan selamat.

Kata kunci: Public management, Business promotion, Social Media Covid-19

Abstract

The Kasongan Pottery Crafts Association was founded in 1984 as Koperasi Setia Bawana, which means land-loyal craftsman. The cooperative flourished after the 2006 Yogyakarta earthquake. Kasongan Tourism Village is in Kajen, Bangunjiwo, Bantul Regency. Kasongan is Yogyakarta's pottery center. Many residents make plates, cauldrons, jugs, jars, framed pots, children's toys, and statues. Kasongan, a tourist village 7 km from downtown Jogja, offers crafts and a pottery-making course. Since the Diponegoro war, Kasongan has been making pottery, according to Isi.ac.id (1825-1830). They made cauldrons, pengarons, small braziers, girls, and other pottery for daily use. Finally, pottery was processed into tourist souvenirs. Kasongan Pottery's simple design became a local icon. The village produced export-quality pottery to advance. It's reached European and American markets. In 2006, there were 584 craftsmen, but today there are 200 cooperative members and only 30 are active. In this pandemic, only a few are active because Kasongan pottery is exported. Community service activities will include promoting Kasongan Pottery through social media because, due to the COVID-19 pandemic, it is best to sell products online or through social media. Social media may allow people to buy pottery without leaving home. People need to check Whatsapp and Instagram statuses. Online stores are gaining on offline stores (online shops). With this help, it's hoped that more craftsmen will sell their wares online. Consumers are happy because they don't lose transport money and the goods arrive safely.

Keyword: Public management, Business promotion, Social Media Covid-19

Pendahuluan

Ketika dunia dihebohkan dengan adanya virus Corona atau lebih dikenal dengan Covid-19 karena munculnya di akhir tahun 2019, maka hampir semua jenis pelayanan yang berhubungan dengan masyarakat dilakukan secara *online* (*daring*). Seluruh komponen yang mendukung perekonomian rakyat terpuruk dan mengalami penurunan pendapatan. Tentu saja hal tersebut tidak bisa dibiarkan begitu saja karena manusia butuh hidup, butuh makan, dan sebagainya. Apalagi mulai awal 2020 sampai dengan sekarang tidak terasa sudah berjalan 2 tahun. Masyarakat sudah lelah menghadapi semua ini. Kenyataan yang oleh sebagian orang tidak dipercaya adanya. Virus yang mematikan pun dianggap tidak ada. Pengrajin gerabah Kasongan adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang kerajinan gerabah juga terkena dampak dari adanya Covid-19 ini. Usaha yang boleh dikata merupakan industri rumahan juga terkena imbas dari kemunculan Covid-19. Usaha membuat kerajinan gerabah yang sudah jadi tidak bisa terjual dengan baik karena berkurangnya secara drastis pengunjung yang mendatangi gerai atau tokonya. Tentu saja,

pengunjung banyak berkurang karena adanya peraturan 5M yang telah dibuat oleh pemerintah. Adapun 5M tersebut adalah memakai masker, menjaga jarak, mengurangi mobilitas, menjauhi kerumunan, dan mencuci tangan. Tentu saja, jumlah pengunjung yang datang ke pengrajin Kasongan berkurang karena adanya aturan mengurangi mobilitas atau mengurangi acara keluar rumah apabila tidak ada kepentingan yang mendesak. Masyarakat diimbau untuk tidak keluar rumah apabila tidak penting.

Dengan adanya aturan tersebut diharapkan angka penularan Covid-19 bisa diminimalisir. Aturan yang tidak membolehkan masyarakat keluar apabila tidak penting ini tentu saja sama dengan melarang masyarakat pergi mengunjungi tempat wisata termasuk Desa Wisata Kasongan yang terkenal dengan kerajinan gerabahya. Pengunjung Desa Kasongan tidak hanya berasal dari dalam Kota Yogyakarta, melainkan juga dari luar wilayah Yogya, luar Jawa, bahkan ada wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kasongan. Kasongan sudah menjadi desa wisata internasional karena ketertarikan wisatawan mancanegara yang datang berkunjung yang kemudian memesan produk-produk dari Kasongan untuk diekspor ke negara mereka. Barang-barang yang diekspor ini merupakan barang yang besar-besar yang tidak mungkin apabila dibawa sendiri, seperti pancuran air mengalir dan patung-patung wayang besar lainnya.

Berlatar belakang pada keterpurukan perekonomian khususnya di Desa Kasongan inilah, kemudian tim bermaksud membantu memulihkan ekonomi seperti sedia kala. Melalui paguyuban koperasi pengrajin Kasongan, maka kami menyusun proposal untuk mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kasongan tersebut. Kami menawarkan adanya cara lain untuk meningkatkan omzet penjualan secara *online* melalui media sosial. Upaya ini diharapkan bisa mengubah keadaan lebih baik dan minimal bisa mengembalikan taraf hidup seperti semula atau syukur ke taraf hidup yang lebih baik.

Lokasi pengabdian ini dilakukan di Desa Kasongan, Kalurahan Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul. Awalnya, para pengrajin ini bersatu di bawah Paguyuban Setia Bawana yang kemudian berubah menjadi koperasi Setia Bawana yang artinya setia dengan tanah karena memang produk kerajinan gerabah Kasongan berasal dari tanah. Pada tahun 1984, jumlah pengrajin ada sekitar 584 orang. Akan tetapi karena adanya kasus gempa bumi tahun 2006, hanya tinggal 250 pengrajin. Pada saat sekarang ini, ada sekitar 200 orang yang menjadi anggota Koperasi Setia Bawana dan hanya 30 orang yang aktif.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan mitra dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu sebagai berikut.

- a. Pandemi menyebabkan penurunan omzet penjualan para pengrajin Kasongan.
- b. Kekurangtahuan dan kekurangpahaman pengrajin memasarkan produknya selain dengan cara penjualan langsung menyebabkan mereka pasif dan hanya mengandalkan pengunjung yang datang secara langsung.
- c. Keterbatasan kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.

Metode kegiatan yang digunakan untuk mencapai maksud dan tujuannya, maka metode yang digunakan adalah *online* dan *offline* (daring dan luring). Guna menunjang kegiatan ini, metode pelaksanaan yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut.

1. Metode survey lokasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data kegiatan masyarakat pada masa pandemi Covid-19 termasuk mengetahui produk apa yang diminati warga masyarakat pada masa pandemi ini.

2. Menentukan tema pengabdian yang akan diberikan

Berdasarkan atas hasil survey yang dilakukan seperti yang sudah diuraikan pada latar belakang, maka tema pengabdian kepada masyarakat yang diangkat adalah “Pendampingan Manajemen Pelayanan dan Promosi Usaha Kerajinan Gerabah Melalui Media Sosial”.

3. Mencari studi pustaka

Studi Pustaka adalah Teknik pengumpulan data referensi dari berbagai jenis sumber keilmuan yang menunjang permasalahan yang sedang dicarikan solusinya, serta teori dan implementasi tentang tema.

4. Membuat materi kegiatan

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan, maka dibuat proposal dan materi kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan (praktik).

5. Menyajikan penyuluhan dan pelatihan (praktik)

Pelatihan dan pendampingan (praktik) diberikan dengan metode daring (*online*) dan luring (*offline*/tatap muka) dengan materi yang berkaitan dengan program/kegiatan yang telah ditentukan.

6. Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk melihat sejauh mana perkembangan masyarakat dari hasil pengabdian masyarakat.

8. Kolaborasi dengan *stakeholder* lain

Kolaborasi yang dilakukan dengan pihak lain dalam kegiatan pengabdian ini merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Kolaborasi dalam pengabdian masyarakat merupakan bentuk kerja sama yang saling terkait untuk mencapai tujuan mengatasi permasalahan mitra.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat yang berjudul “Pendampingan Manajemen Pelayanan dan Promosi Usaha Gerabah Kasongan Melalui Media Sosial” ini dilaksanakan di Kopi Bulak Pari pada tanggal 26 Maret 2022 dengan pertimbangan mencari tempat yang terbuka (*outdoor*) sehingga bisa menjaga jarak dengan aman. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu meningkatkan omzet penjualan yang sempat menurun drastis karena adanya pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan karena adanya imbauan dari pemerintah yang melarang orang datang ke gerai-gerai penjualan kerajinan untuk membatasi terjadinya kerumunan di tempat penjualan. Pengunjung atau pembeli yang datang memang tidak mungkin dibatasi pada hari-hari biasa. Adakalanya, pengunjung datang secara berombongan, misal 1 bus setelah melakukan dharma wisata di tempat lain sehingga bisa menyebabkan 1 gerai yang dikunjungi penuh sesak dan ini rentan akan penularan Covid-19 sehingga pemerintah melakukan pembatasan mobilitas warganya untuk

keluarrumah. Hal tersebut jelas menyebabkan keterpurukan ekonomi dan penurunan omzet penjualan para pengrajin Kasongan.

Berlatar belakang masalah tersebut, maka kami para pengabdian bermaksud membantu para pengrajin Kasongan tersebut bangkit dari keterpurukan ekonomi dengan melakukan penjualan secara *online* melalui media sosial. Media sosial yang dimaksudkan disini adalah Instagram yang merupakan wahana bagi penjualan secara *online*. Penjualan secara *online* ini tentunya harus didukung foto-foto produk yang menarik untuk memberi perhatian yang lebih kepada para pembeli melihat dan memilih produk yang diminati. Selain pendampingan membuat akun Instagram, peserta diberikan pendampingan terkait manajemen pelayanan yang dalam hal pengenalan atau mengingatkan kembali peserta pada protokol kesehatan yang sudah dicanangkan oleh pemerintah. Protokol Kesehatan harus diterapkan oleh para pengunjung yang ingin tetap datang ke gerai pengrajin Kasongan karena membeli secara langsung memang lebih puas karena bisa memilih barang yang diinginkan. Proses harus ditegakkan dengan baik karena pada saat-saat tertentu kasus Covid-19 naik angkanya pada masa antara tahun 2020-2021.



Gambar 1 Tim Pengabdian, Pembicara, dan Warga yang Hadir



Gambar 2 Peserta Pengabdian sedang Mencoba Aplikasi Sosial Media

Para pengrajin mestinya selalu mengingatkan pengunjung yang datang ke gerainya agar melaksanakan proses, misalnya mengingatkan pengunjung untuk selalu pakai masker atau bahkan menyediakan masker apabila ada pengunjung yang tidak memakai masker. Selain itu, juga pemilik toko hendaknya menyediakan tempat cuci tangan beserta sabunnya agar sebelum masuk gerai/toko pengunjung membersihkan atau mencuci tangan pakai sabun yang sudah disediakan. Setelah kegiatan selesai dilakukan, monitoring terhadap tingkat ikutan (*follower*) pada akun Instagram dilakukan. Demikian ringkasan kegiatan pengabdian masyarakat di Kasongan.

Pada tahapan monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada UMKM gerabah Kasongan diperoleh hasil yang baik. Evaluasi ini dilaksanakan pada pertengahan bulan Mei 2022. Tingkat pemahaman media sosial semakin meningkat dan adanya peningkatan omzet.

Simpulan

Pandemi Covid-19 dan kemajuan TIK memang tidak mudah untuk di lewati. Masyarakat yang tidak mudah melakukan adaptasi kebiasaan baru dalam pendayagunaan TIK dikarenakan gagap teknologi dan minim literasi digital. Sosialisasi dan pendampingan dalam pengenalan aplikasi-aplikasi baru dalam upaya perwujudan peningkatan kualitas layanan kepada konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak terkait yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) UMY atas hibah Pengabdian Masyarakat. Ucapan terima kasih juga diucapkan kepada seluruh tim teknis yang membantu dan terlibat.

Daftar Pustaka

- [1]. Godjali, Moh. Rizky, Wahyu Kartiko Utami, and Gilang Ramadhan. 2021. "Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Model Kepatuhan Standar Pelayanan Publik Berbasis Transparansi Dan Partisipasi Warga Pada Kantor Desa Sindangsari Dan Desa Pasir Karag." *Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (1): 9–21. <https://doi.org/10.31506/komunitas:jpkm.v1i1.11665>.
- [2]. Haerana, Abdi, and Amartiwi Isra. 2019. "Pelatihan Teknik Pengaduan Pelayanan Publik Berbasis E-Government Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (April): 21–35.
- [3]. Hutagalung, Simon S, Nana Mulyana, and Dedy Hermawan. 2017. "Sakai Sambayan." *Pengabdian Masyarakat Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Bagi Layanan Kabupaten Lampung Selatan*.
- [4]. Irawan, Bambang, and Muhammad Nizar Hidayat. 2021. "Asistensi Pembuatan Website 'Mall Pelayanan Publik' Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Samarinda." *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5 (5): 1120–28. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.7766>.
- [5]. Pangestuti, Dewi Cahyani, and Renny Husniaty. 2021. "Peningkatan Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Kelurahan Limo Depok." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4 (1): 46–59. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.8381>.
- [6]. Rachman, M Taufik, Rahmad Hidayat, M Ariy Dermawan, Kecamatan Kopang, Di Desa, and Dasan Baru. 2021. "Peningkatan Pemahaman Standar Pelayanan Publik Di Desa Dasan Baru Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah," 35–39.
- [7]. Ritnawati, Ritnawati, Rinto Suppa, and Muhlis Muhallim. 2020. "Sistem Informasi Pelayanan Masyarakat Berbasis Android Pada Kantor Desa Kaliba Mamase." *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi Dan Aplikasi)* 1 (2): 95. <https://doi.org/10.12928/spekta.v1i2.2860>.
- [8]. Setyaningsih, Gustin, Muhamad Awiet, Wiedanto Prasetyo, and Heraya Fitria. 2021. "Pelatihan Penggunaan Aplikasi Mobile Pengaduan Masyarakat Kepada Pemerintah Desa Kedunggede" 3 (1): 28–38.
- [9]. Yudhistiro, Kukuh, Elta Sonalitha, Hudan Eka Rosyadi, and Aditya Hidayat Pratama. 2019. "Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Kelurahan Gadingkasri, Kota Malang." *JMM - Jurnal Masyarakat Merdeka* 2 (2): 14–19. <https://doi.org/10.51213/jmm.v2i2.23>.