

Memperkuat Ketahanan Usaha Kerajinan Gerabah di Era Digital: Adopsi *E-commerce* dan Strategi Pemasaran *Online* pada Dedy Gerabah

Hendra Hadiwijaya^{1*}, Didiék Prasetya², Andika Widyanto³
Billy Kristian⁴, Ahmad Aulia Rahman⁵, Muhamad Arie Mahardika⁶

^{1,2,3}Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech

^{4,5,6} Mahasiswa, Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech

Email: ¹Hendra_hadi@palcomtech.ac.id, ²didiek@palcomtech.ac.id,

³andika_widyanto@palcomtech.ac.id

*Corresponding author

E-mail: Hendra_hadi@palcomtech.ac.id (Hendra Hadiwijaya)*

Article History:

Received: 29 Mei 2024

Revised: 13 Juni 2024

Accepted: 14 Juni 2024

Abstract: Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada meningkatkan ketahanan Dedy Gerabah, sebuah usaha kerajinan gerabah tradisional, di era digital melalui adopsi *e-commerce* dan strategi pemasaran online. Isu utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses pasar dan adaptasi teknologi yang dialami oleh bisnis kecil tradisional. Tujuan dari program ini adalah mengintegrasikan teknologi digital untuk mengoptimalkan operasional dan memperluas jangkauan pasar, sehingga memastikan keberlanjutan dan daya saing bisnis. Metodologi yang digunakan melibatkan serangkaian kegiatan terstruktur termasuk analisis kebutuhan, peningkatan kapasitas melalui pelatihan. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi operasional dan perluasan pasar. Adopsi platform *e-commerce* memungkinkan Dedy Gerabah menjangkau basis pelanggan yang lebih luas, sementara strategi pemasaran digital meningkatkan visibilitas produk. Perubahan ini mendorong pergeseran menuju model bisnis berorientasi digital. Program ini menunjukkan peran penting teknologi dalam memberdayakan bisnis tradisional, menyoroti pentingnya dukungan dan kolaborasi berkelanjutan dalam mencapai pengembangan masyarakat yang berkelanjutan.

Keywords:

Kerajinan, Gerabah, Era Digital, *E-commerce*, Pemasaran

Pendahuluan

Era digital yang semakin berkembang, bisnis kecil dan menengah seperti industri kerajinan gerabah menghadapi tantangan baru dan peluang yang tak terelakkan, (Chatterjee et al., 2021; Hadiwijaya & Yustini, 2023; Melović et al., 2020). Di tengah persaingan global yang ketat, Industri tradisional seperti Dedy Gerabah yang berlokasi di Kec. Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin, perlu mengadaptasi diri



untuk mempertahankan dan meningkatkan ketahanan usaha mitra. Penggunaan teknologi informasi, khususnya melalui adopsi *e-commerce* dan strategi pemasaran *online*, telah menjadi kunci bagi kesuksesan dalam menjembatani kesenjangan antara usaha tradisional dan pasar digital yang berkembang pesat, (Goldfarb & Tucker, 2019; Hadiwijaya et al., 2023; Saura et al., 2021). Namun, untuk sebagian bisnis kecil dan menengah, seperti Dedy Gerabah, mengadopsi teknologi ini bukanlah langkah yang mudah.

Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar untuk transaksi *online* dan pengalaman belanja yang lebih efisien, Industri-Industri kerajinan gerabah perlu mengeksplorasi dan mengimplementasikan strategi *e-commerce* yang efektif, (Hadiwijaya & Azdy, 2022; Piñeiro-Otero & Martínez-Rolán, 2016). Selain itu, pemasaran *online* yang tepat dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk, memperkuat posisi produk dalam industri yang semakin kompetitif (Hadiwijaya & Prasetya, 2023; Niu & Zhao, 2023; Shankar et al., 2022), .

Dedy Gerabah, seperti banyak usaha kerajinan tradisional, menghadapi sejumlah permasalahan dalam era digital saat ini. Pertama, mitra kesulitan mengakses pasar yang lebih luas di luar wilayah lokal atau regionalnya, menghambat pertumbuhan bisnis mitra. Selain itu, promosi produk secara efektif, terutama di *platform online*, sering kali menjadi tantangan bagi mitra karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan keterbatasan sumber daya. Perkembangan teknologi yang cepat juga dapat menjadi hambatan, karena mengadopsi teknologi baru seperti *platform e-commerce* memerlukan investasi waktu dan sumber daya yang signifikan. Persaingan dengan produk-produk massal yang diproduksi secara massal juga dapat mempengaruhi daya saing dan profitabilitas mitra. Terakhir, manajemen persediaan dan produksi yang tidak efisien dapat menyebabkan biaya yang tinggi dan kurangnya fleksibilitas dalam memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah. Dengan mengatasi permasalahan-permasalahan ini, Dedy Gerabah dapat memperkuat posisinya dalam industri kerajinan gerabah, meningkatkan keberlanjutan bisnisnya, dan bersaing secara efektif di era digital saat ini.

Metode

Proses Perencanaan Pengabdian Bersama Mitra

Proses perencanaan pengabdian untuk meningkatkan ketahanan usaha Dedy Gerabah di era digital dimulai dengan melakukan analisis situasi bersama mitra. Tim pengabdian masyarakat bekerja sama dengan Dedy Gerabah untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada, serta menetapkan tujuan yang ingin dicapai. Melalui serangkaian diskusi dan workshop, Tim PKM mengumpulkan data mengenai kondisi

bisnis saat ini, kebutuhan teknologi, dan kemampuan sumber daya manusia yang ada di Dedy Gerabah.

Keterlibatan Mitra dalam Proses Perencanaan dan Pengorganisasian

Dedy Gerabah terlibat secara aktif dalam setiap tahap perencanaan dan pengorganisasian. Pemilik dan karyawan Dedy Gerabah memberikan masukan yang berharga terkait operasional sehari-hari, kendala yang dihadapi, dan aspirasi mitra untuk pengembangan bisnis di masa depan. Keterlibatan ini memastikan bahwa setiap langkah yang diambil relevan dan dapat diterima oleh semua pihak yang terlibat. Tim PKM juga membentuk tim kerja gabungan yang terdiri dari anggota tim pengabdian dan perwakilan dari Dedy Gerabah untuk memastikan koordinasi yang efektif dan pengambilan keputusan yang cepat.

Metode atau Strategi yang Digunakan

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, Tim PKM menggunakan beberapa metode dan strategi kunci:

1. **Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas:** Tim PKM menyelenggarakan pelatihan tentang penggunaan *platform e-commerce*, strategi pemasaran digital, dan manajemen persediaan berbasis teknologi. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas karyawan Dedy Gerabah dalam mengoperasikan teknologi baru dan menjalankan strategi pemasaran *online*.
2. **Implementasi Teknologi:** Tim PKM membantu Dedy Gerabah mengadopsi dan mengintegrasikan *platform e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Ini termasuk pembuatan akun di *marketplace*, pembuatan website toko *online*, dan penggunaan aplikasi manajemen persediaan.
3. **Pendampingan Berkelanjutan:** Setelah pelatihan dan implementasi teknologi, Tim PKM menyediakan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan bahwa Dedy Gerabah dapat mengoperasikan sistem baru dengan lancar dan mengatasi masalah yang mungkin timbul.
4. **Pengembangan Konten Pemasaran:** Bersama dengan Dedy Gerabah, Tim PKM mengembangkan konten pemasaran digital seperti foto produk berkualitas tinggi, deskripsi produk yang menarik, dan strategi media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk.



Tahapan-tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

1. Tahap Persiapan:

- a. Analisis situasi dan identifikasi kebutuhan.
- b. Diskusi awal dengan Dedy Gerabah untuk menentukan tujuan dan strategi.
- c. Pembentukan tim kerja gabungan.

2. Tahap Perencanaan:

- a. Pengembangan rencana pengabdian yang detail.
- b. Penjadwalan pelatihan dan implementasi teknologi.
- c. Persiapan materi dan sumber daya yang diperlukan.

3. Tahap Pelaksanaan:

- a. Pelatihan karyawan Dedy Gerabah tentang *e-commerce* dan pemasaran digital.
- b. Implementasi *platform e-commerce* dan sistem manajemen persediaan.
- c. Pembuatan konten pemasaran digital.

4. Tahap Evaluasi dan Pendampingan:

- a. Monitoring dan evaluasi kinerja Dedy Gerabah setelah implementasi.
- b. Pendampingan berkelanjutan untuk memastikan adaptasi yang efektif terhadap teknologi baru.
- c. Penilaian dampak dan penyesuaian strategi jika diperlukan.

Hasil

Dinamika Proses Pendampingan

Proses pendampingan yang dilakukan bersama Dedy Gerabah melibatkan berbagai kegiatan yang terstruktur dan bertahap.

Gambar 1. Kegiatan Pengabdian



Berikut adalah deskripsi dari ragam kegiatan dan bentuk-bentuk pengabdian yang dilaksanakan untuk memecahkan masalah komunitas:

1. Pelatihan dan Workshop:

- a. **Pelatihan *E-commerce***: Dilakukan serangkaian pelatihan tentang cara menggunakan *platform e-commerce*, termasuk cara membuat akun, mengunggah produk, dan mengelola pesanan. Pelatihan ini dihadiri oleh Bapak Dedy Junaidy selaku pemilik dan karyawan Dedy Gerabah.
- b. **Workshop Pemasaran Digital**: Workshop ini fokus pada strategi pemasaran digital, seperti pembuatan konten menarik, penggunaan media sosial, dan optimasi mesin pencari (SEO). Peserta diajarkan teknik membuat foto produk yang menarik dan menulis deskripsi produk yang efektif.

2. Implementasi Teknologi:

- a. **Pembuatan Toko *Online***: Tim pengabdian membantu Dedy Gerabah dalam membuat website toko *online* yang *user-friendly* dan terintegrasi dengan sistem pembayaran digital.
- b. **Penggunaan *Marketplace***: Kami membantu Dedy Gerabah dalam mendaftarkan produk mitra di berbagai *marketplace* (Shopee dan bukalapak), memberikan panduan tentang cara memaksimalkan penjualan di *platform* tersebut.

3. Pendampingan Operasional:



- a. **Manajemen Persediaan:** Implementasi sistem manajemen persediaan berbasis teknologi untuk mengoptimalkan alur kerja dan mengurangi biaya operasional.
 - b. **Support Teknis Berkelanjutan:** Menyediakan dukungan teknis untuk mengatasi masalah yang muncul selama operasional, memastikan bahwa semua sistem berjalan dengan baik.
4. **Pengembangan Konten:**
- a. **Foto dan Deskripsi Produk:** Tim pengabdian membantu dalam membuat foto produk berkualitas tinggi dan menulis deskripsi produk yang informatif dan menarik.
 - b. **Strategi Media Sosial:** Membantu Dedy Gerabah dalam merancang dan menjalankan kampanye media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan engagement dengan pelanggan potensial.

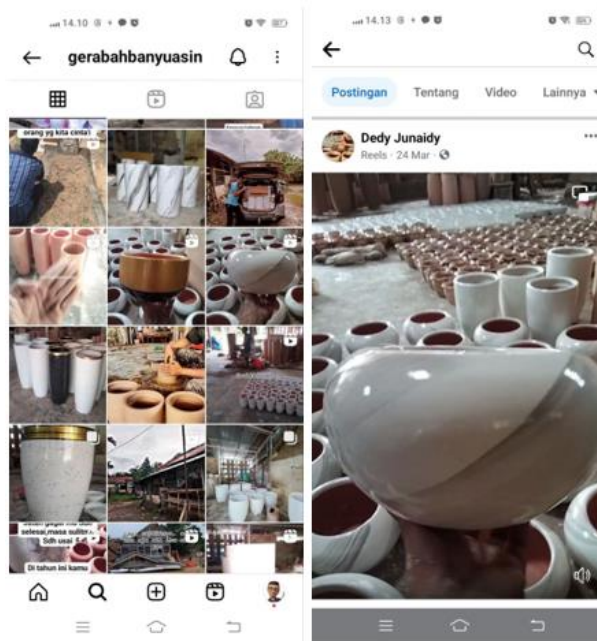
Perubahan Sosial yang Diharapkan

Pendampingan ini diharapkan dapat menimbulkan berbagai perubahan sosial yang signifikan di Dedy Gerabah dan komunitas sekitarnya, antara lain:

1. **Munculnya Pranata Baru:** Implementasi *e-commerce* dan sistem manajemen persediaan menciptakan struktur baru dalam operasional Dedy Gerabah, menggantikan metode tradisional dengan sistem berbasis teknologi.
2. **Perubahan Perilaku:**
 - a. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Karyawan dan pemilik Dedy Gerabah menjadi lebih terampil dalam menggunakan teknologi digital dan memasarkan produk secara *online*, meningkatkan efisiensi dan produktivitas mitra.
 - b. **Orientasi pada Pasar Digital:** Perubahan orientasi dari pasar lokal ke pasar digital, memungkinkan Dedy Gerabah untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan beragam.
3. **Munculnya Pemimpin Lokal:** Karyawan yang menunjukkan kemahiran dan inisiatif dalam mengoperasikan sistem baru berpotensi menjadi pemimpin lokal yang dapat membimbing rekan-rekan mitra dalam adopsi teknologi.
4. **Kesadaran Baru Menuju Transformasi Sosial:**
 - a. **Kesadaran Digital:** Kesadaran akan pentingnya digitalisasi dalam bisnis tradisional meningkat, baik di karyawan Dedy Gerabah maupun komunitas sekitar, mendorong lebih banyak usaha kecil untuk mengadopsi teknologi.

- b. **Kolaborasi dan Jaringan:** Terbentuknya jaringan kolaboratif antara Dedy Gerabah dengan usaha lain dan para ahli teknologi, menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat dan terintegrasi.

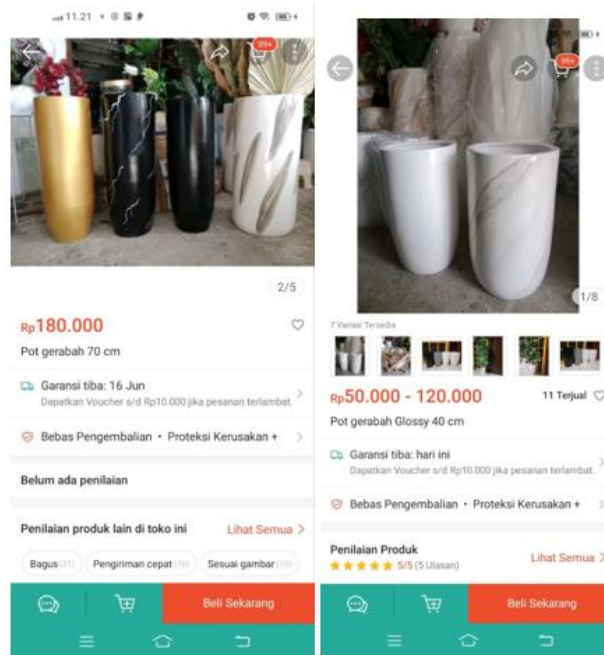
Gambar 2. Penggunaan Sosial media



Gambar 3. Penggunaan Reels di Instagram



Gambar 4. Penggunaan Marketplace Shoope



Secara keseluruhan, hasil dari proses pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa Dedy Gerabah telah berhasil melakukan transformasi digital yang signifikan. Mitra tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, tetapi juga mendorong perubahan sosial yang positif di komunitas mitra, menciptakan kesadaran baru tentang pentingnya teknologi dalam memajukan usaha tradisional.

Diskusi

Proses pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama Dedy Gerabah dimulai dengan analisis mendalam mengenai kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis kerajinan tradisional ini. Identifikasi masalah utama seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, dan kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru menjadi landasan untuk merancang program yang tepat guna, (Febrianty et al., 2021; Hadiwijaya et al., 2022). Tahap perencanaan dan pelaksanaan program melibatkan kerjasama erat antara tim pengabdian dan mitra. Pelatihan *e-commerce* dan pemasaran digital yang diberikan berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan Dedy Gerabah dalam memanfaatkan teknologi untuk mengelola dan memasarkan produk mitra secara lebih efektif. Implementasi *platform e-commerce* dan sistem manajemen persediaan berbasis teknologi memberikan alat yang dibutuhkan untuk mengoptimalkan operasi bisnis dan memperluas jangkauan pasar, (Melović et al., 2020; Raman, 2019).



Hasil dari proses pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam operasional dan pemasaran Dedy Gerabah. Keberhasilan implementasi *e-commerce* memungkinkan Dedy Gerabah untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mengurangi ketergantungan pada pasar lokal. Peningkatan keterampilan karyawan dalam teknologi digital dan pemasaran *online* menciptakan dinamika baru dalam bisnis, di mana operasional menjadi lebih efisien dan responsif terhadap permintaan pasar yang dinamis, (Bizhanova et al., 2019; Niu & Zhao, 2023). Pelatihan dan pendampingan berkelanjutan memastikan bahwa perubahan ini tidak hanya bersifat sementara tetapi berkelanjutan. Dukungan teknis yang diberikan membantu Dedy Gerabah mengatasi berbagai masalah operasional yang muncul, menjamin kelancaran transisi ke sistem baru. Karyawan yang terlibat dalam pelatihan menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan, menjadikan mitra pemimpin lokal dalam adopsi teknologi di komunitas mitra.

Perubahan sosial yang dihasilkan dari proses pengabdian ini meliputi munculnya pranata baru dalam bentuk adopsi teknologi digital di Dedy Gerabah. Perubahan perilaku yang signifikan terlihat pada orientasi bisnis yang kini lebih fokus pada pasar digital, meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Kesadaran baru tentang pentingnya teknologi dalam bisnis tradisional tidak hanya meningkatkan kinerja Dedy Gerabah tetapi juga memberikan inspirasi bagi usaha kecil lainnya di komunitas sekitar untuk mengadopsi teknologi serupa. Adopsi teknologi digital dan *e-commerce* dapat secara signifikan meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) dengan mengurangi biaya operasional dan memperluas akses pasar (Ghahremani-Nahr & Nozari, 2021; Lo & Cheng, 2023). Studi lain juga menekankan pentingnya pelatihan dan peningkatan kapasitas dalam memaksimalkan manfaat dari teknologi digital bagi UKM (Febrianty & Hadiwijaya, 2019; Hadiwijaya et al., 2020).

Kesimpulan

Melalui proses pengabdian masyarakat yang terstruktur dan partisipatif, Dedy Gerabah berhasil mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dan melakukan transformasi digital yang signifikan. Hasil ini tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis tetapi juga mendorong perubahan sosial yang positif di pengrajin gerabah. Transformasi ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara tim pengabdian dan mitra, serta relevansi adopsi teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah di era digital saat ini.

Pengakuan/Acknowledgements

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan pendanaan yang diberikan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Tahun Anggaran 2023. serta dukungan LPPM Institut Teknologi dan Bisnis



Palcomtech yang telah memberi kesempatan kepada kami untuk melaksanakan program ini sebagai bagian dari pengabdian masyarakat. Semoga hasil dari program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Dedy Gerabah, serta menjadi inspirasi bagi usaha-usaha lain untuk terus berinovasi dan berkembang di tengah tantangan zaman.

Daftar Referensi

- Bizhanova, K., Mamyrbekov, A., Umarov, I., Orazymbetova, A., & Khairullaeva, A. (2019). Impact of digital marketing development on entrepreneurship. *E3S Web of Conferences*, 135, 4023.
- Chatterjee, D., Grewal, R., & Sambamurthy, V. (2021). Building effective digital strategies: An empirical analysis of factors affecting digital channel performance. *Journal of Business Research*, 124, 222–231.
- Febrianty, & Hadiwijaya, H. (2019). *Optimalisasi Omset UKM Melalui Digital Marketing* (1st ed.). Penerbit NEM.
- Febrianty, Hadiwijaya, H., Barovich, G., & Adelin. (2021). Implementation of Business Intelligence on IBS (Integrated Business Start-up) Dashboard Monitoring *Marketplace* in Decision Making and SME Development Programs. *Review of International Geographical Education (RIGEO)*, 11(7), 1247–1259. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.07.117>
- Ghahremani-Nahr, J., & Nozari, H. (2021). A Survey for Investigating Key Performance Indicators in Digital Marketing. *International Journal of Innovation in Marketing Elements*, 1(1), 1–6.
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital marketing. In *Handbook of the Economics of Marketing* (Vol. 1, pp. 259–290). Elsevier.
- Hadiwijaya, H., & Azdy, R. A. (2022). System Application E-dashboard on the Performance of Worker Motivation as an Intervening Variable Special Child Guidance on Institutions. *Webology*, 19(1), 571–580.
- Hadiwijaya, H., Febrianty, F., & Darmawi. (2020). Pendampingan Manajemen Usaha dan Permodalan pada UKM Batu Bata. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 353–359.
- Hadiwijaya, H., & Prasetya, D. (2023). Meningkatkan Kualitas Produk dan Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung di Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 289–295.
- Hadiwijaya, H., Prasetya, D., & Syahrul, Y. (2022). Perbaikan Manajemen Usaha dan Peningkatan Kualitas Porduk Pada Pengrajin Gerabah di Kabupaten Banyuwasin. *Abdimas Mandalika*, 2(1), 58–65.
- Hadiwijaya, H., Prasetya, D., Widyanto, A., Kristian, B., Rahman, A. A., & Mahardika,



- M. A. (2023). Transformasi Digital di Industri Kerajinan: Pendekatan Praktis Dedy Gerabah melalui Adopsi E-Katalog. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2487–2492.
- Hadiwijaya, H., & Yustini, T. (2023). Analysis of consumer preferences towards digital marketing and its implications on the competitive advantage of SMEs in Banyuwangi Regency. *Annals of Human Resource Management Research*, 3(2), 83–96.
- Lo, M., & Cheng, Y. (2023). Investigation for Marketing Strategies in the Digital Economy—Based on Mercury Home Textiles. *Highlights in Business, Economics and Management*, 14, 19–23. <https://doi.org/10.54097/hbem.v14i.8932>
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425.
- Niu, B., & Zhao, J. (2023). E-Commerce Industry: A Comprehensive Analysis of its Competitive Advantages. *Highlights in Business, Economics and Management*, 15, 93–98. <https://doi.org/10.54097/hbem.v15i.9322>
- Piñero-Otero, T., & Martínez-Rolán, X. (2016). Understanding digital marketing—basics and actions. *MBA: Theory and Application of Business and Management Principles*, 37–74.
- Raman, P. (2019). Understanding female consumers' intention to shop online: The role of trust, convenience and customer service. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2021). Digital marketing in SMEs via data-driven strategies: Reviewing the current state of research. *Journal of Small Business Management*, 1–36.
- Shankar, V., Grewal, D., Sunder, S., Fossen, B., Peters, K., & Agarwal, A. (2022). Digital marketing communication in global *marketplaces*: A review of extant research, future directions, and potential approaches. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 541–565.