

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM KERAJINAN GERABAH DI DESA KUNDISARI, KECAMATAN KEDU, KABUPATEN TEMANGGUNG

Zanuba Alifaturrohman

Fakultas Syariah, Hukum, dan Ekonomi Islam, INISNU Temanggung

Email: Zanubaalif12@gmail.com

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 9 Bulan : September Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study aims to analyze the marketing strategies implemented by pottery craft MSMEs in Kundisari Village, Kedu District, Temanggung Regency, and identify the obstacles faced in business development. Using descriptive qualitative methods, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation with three key informants. The results indicate that the dominant marketing strategy still relies on word-of-mouth marketing and direct sales at production sites, with limited participation in local exhibitions and collaboration with souvenir shops. The use of social media is still minimal and unstructured. The main obstacles faced include limited market reach, lack of product innovation, minimal use of digital technology, limited capital, price competition, logistical constraints, and fluctuating income. This study recommends optimizing digital marketing, product innovation, diversifying distribution channels, and increasing access to capital to support the competitiveness of pottery MSMEs.</i> Keyword: Marketing Strategy, UMKM, Pottery, Creative Economy, Kundisari Village.
Abstrak	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM kerajinan gerabah di Desa Kundisari, Kecamatan Kedu, Kabupaten Temanggung, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap tiga informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dominan masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lokasi produksi, dengan partisipasi terbatas dalam pameran lokal serta kerja sama dengan toko oleh-oleh. Pemanfaatan media sosial masih minim dan belum terstruktur. Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan jangkauan pasar, kurangnya inovasi produk, minimnya pemanfaatan teknologi digital, keterbatasan modal, persaingan harga, kendala logistik, dan pendapatan yang fluktuatif. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi pemasaran digital, inovasi produk, diversifikasi saluran distribusi, dan peningkatan akses permodalan untuk mendukung daya saing UMKM gerabah.
Kata Kunci:	Strategi Pemasaran, UMKM, Gerabah, Ekonomi Kreatif, Desa Kundisari

A. PENDAHULUAN

Industri kerajinan gerabah merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai ekonomi dan sosial yang signifikan. Desa Kundisari di Kabupaten Temanggung dikenal sebagai sentra produksi gerabah tradisional, terutama produk fungsional seperti pawon, tungku, dan vas bunga. Meskipun memiliki potensi besar, pelaku UMKM di desa ini

menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan perkembangan teknologi digital yang pesat. Penelitian ini Penting dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran yang relevan dan efektif, guna meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pelaku UMKM gerabah. Penting dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran yang relevan dan efektif, guna meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pelaku UMKM gerabah.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian adalah Desa Kundisari, Kecamatan Kedu, Kabupaten Temanggung. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan tiga pengrajin gerabah, dan dokumentasi proses produksi serta pemasaran. Data sekunder berasal dari literatur, dokumen resmi, dan penelitian terdahulu. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, serta menggunakan triangulasi sumber untuk meningkatkan validitas.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran yang Diterapkan

- Mulut ke Mulut: Menjadi strategi utama yang efektif membangun reputasi lokal.
- Penjualan Langsung: Dilakukan di lokasi produksi untuk memudahkan interaksi dengan pembeli.
- Pameran Lokal & Kerja Sama dengan Reseller: Memperluas jangkauan pasar, meskipun masih terbatas.
- Media Sosial: Penggunaan Facebook dan WhatsApp untuk promosi masih sporadis dan belum menjadi strategi digital terintegrasi.

Kendala yang Dihadapi

- Jangkauan pasar terbatas pada wilayah lokal.
- Inovasi produk minim dan cenderung mempertahankan desain lama.
- Keterbatasan modal dan SDM menghambat adopsi teknologi modern.
- Persaingan harga ketat dengan sentra gerabah lain seperti Jepara dan Klaten.
- Kendala logistik, terutama risiko kerusakan saat pengiriman luar kota.
- Pendapatan tidak stabil karena fluktuasi permintaan.

Implikasi terhadap Kesejahteraan

- Strategi pemasaran tradisional mampu mempertahankan keberlangsungan usaha, namun belum cukup untuk meningkatkan kesejahteraan secara signifikan.
- Partisipasi pameran dan kerja sama dengan reseller berpotensi meningkatkan pendapatan jika dilakukan secara konsisten.

D. KESIMPULAN

UMKM gerabah di Desa Kundisari masih mengandalkan pemasaran konvensional dengan pemanfaatan terbatas terhadap teknologi digital. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan jangkauan pasar, inovasi produk, modal, SDM, dan kendala logistik. Rekomendasi utama meliputi pelatihan pemasaran digital, inovasi desain produk, diversifikasi saluran distribusi, dan peningkatan akses permodalan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Aliffianti, H. F., Sachlan, M. G. A., & Putri, A. P. (2024). Pemberdayaan masyarakat Desa Bumi Jaya melalui UMKM industri gerabah. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Non Formal*, 2(1), 1–2. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/psnpnf/article/view/27138>
- Amilia, R., Hamid, A., & Kurniawati, R. N. K. (2021). Implementasi Perda Nomor 8 Tahun 2015 tentang UMKM di Kabupaten Serang dalam pengembangan kerajinan gerabah di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas. *JIPAGS (Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies)*, 5(2), 151–165. <https://doi.org/10.31506/jipags.v5i2.9634>
- Chernev, A. (2020). *Strategic marketing management: Theory and practice*. Chicago, IL: Cerebellum Press.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi keputusan pembelian dan pembelian ulang (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Hamisi, N. (2024). Upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa melalui industri rumahan gerabah, studi kasus di Desa Maregam Kecamatan Tidore Selatan, Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Ilmiah*, 10(10), 638–649.
- Hadiwijaya, H., et al. (2023). Transformasi digital di industri kerajinan: Pendekatan praktis Dedy Gerabah melalui adopsi e-katalog. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2487–2492. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i10.538>
- Hidayat, I. (2024). Kerajinan gerabah di Desa Melikan Kecamatan Wedi Klaten Jawa Tengah. *JISHUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2), 215–226.

<https://doi.org/10.57248/jishum.v2i2.352>

- Jasri, N. A., Hasanuddin, H., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan digital marketing dalam upaya peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Moleong, L. J. (2005). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nuryani, L. N. (2024). *Strategi UMKM dan bisnis kreatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Palguna, I. K. E., Putra, I. N. B. A., & Yasa, K. A. (2023). Strategi komunikasi dalam tradisi pembuatan gerabah Banyuning. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(1), 114–127. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i1.2011>
- Prasetyo, E. (2015). *Ternyata penelitian itu mudah: Panduan melaksanakan penelitian bidang pendidikan*. Yogyakarta: eduNomi.
- Rani, P. M. (2024). Strategi pemerintah desa dalam pengembangan kerajinan gerabah upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Studi di Desa Banyumulek, Kecamatan Kediri, Lombok Barat). *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Hukum*, 4, 1–10.
- Rapii, M., et al. (2020). Pemberdayaan usaha pengrajin gerabah 'Penakak' ditengah Covid-19 di Desa Masbagik Timur. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 761–769. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.164>
- Zanuarizky, P. D. (2019). Pemberdayaan pengerajin gerabah melalui inovasi desain untuk meningkatkan pendapatan di Dusun Kebondalem Desa Kedamangen Mojoagung Jombang. *Ejournal*, 8, 1.