

SEBUAH EVALUASI KEGIATAN (ABDIMAS) DI SENTRA GERABAH KABUPATEN TUBAN ANTARA KEGAGALAN DAN KEBERHASILAN PENYULUHAN, STUDI KASUS SENTRA GERABAH DI KECAMATAN RENGEL DAN PARENGAN, TUBAN

R. Bambang Gatot Soebroto¹

Department of Architecture, FADP ITS
INDONESIA
Email: ¹subrotobambang11@yahoo.com

ABSTRAK

Pengetahuan yang lebih dalam membuat keramik (gerabah) belum cukup dipakai pada kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (ABDIMAS). Diperlukan kemampuan sosialisasi ke masyarakat, komunikasi kepada perajin dan strategi kedepan untuk kerajinan gerabahnya.

Permasalahannya, kontinuitas kegiatan Abdimas (tidak dipastikan rutin ada setiap tahun) mengakibatkan “pohon target” kegiatan tidak tercapai atau hanya sebagian (temporer). Selain itu antara rencana dan kenyataan di lapangan sering tidak sama. Tujuan, Dalam kegiatan Abdimas pengetahuan pembuatan keramik tidak perlu seluruhnya kita berikan kepada para perajin, tetapi melihat keadaan dan kemampuan mereka, tidak memaksakan harus menguasai sebab sering terjadi kegagalan hasil capaiannya

Metode, Deskriptif, Melakukan pendekatan ke para perajin, perlu cara berkomunikasi, melihat karakter produksi mereka, mempertemukan antara order dari pasaran ke desain yang diajarkan. Membuat system pemesanan order-monitor hingga jadi, inventaris pengetahuan dan bantuan yang telah diberikan. Evaluasi kegagalan kegiatan atau tidak tercapainya target hasil. Tidak harus muluk yang penting tercapai.

Hasil, penyuluhan harus terus dilakukan, disesuaikan antara rencana dan target-target yang hendak di capai.

Kata kunci : Abdimas, hasil, perajin, penyuluhan, target

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengetahuan membuat keramik yang lebih, tidak serta-merta bisa dipakai langsung pada kegiatan Abdimas di pedesaan. Musti melihat keadaan; kondisi kemampuan perajin, bahan yang dipakai, keterampilan yang di punyai, berapa lama mereka telah mengerjakan hingga pemasaran dan problem-problem yang mereka hadapi. Apabila kita langsung memasukan program kita, membuat, memberi percontohan lalu berharap mereka meniru kita, hingga memberi peralatan, dapat diperkirakan kegiatan Abdimas kita akan gagal atau sia-sia. Seperti telah penulis lakukan di desa Ngadirejo kecamatan Rengel kabupaten Tuban mulai tahun 1998. Sekalipun pendekatan ke kepala desa dan masyarakat telah dilakukan. Kemudian membangun tungku keramik tipe sorong, berbahan batu bata tahan api, sepanjang 300 cm x 30 cm x 30 cm, memakai pondasi 250 cm x 300 cm x 30 cm dari bahan batu kali. hingga atap payonan dari asbes. Berulang telah dilakukan uji coba berhasil hingga bergelasir. Ditambah sumbangan kompor tungku berikut tangki minyak tanah, blower keong, jerigen dan alat putar (untuk membuat gerabah). Ternyata pemilik lahan dan tetangga sekitarnya tidak memanfaatkan atau mempergunakan, selain alasan minyak tanah yang mahal (waktu itu satu liter 2500 rupiah) juga karena di desa tersebut perajinnya membuat gerabah berukuran besar-besar seperti; padasan (diameter 40 cm), coek (diameter 30 cm), wajan gerabah (diameter 60 cm) hingga pot bunga dan Jun atau gentong air diameter 80 cm. Semula penulis berharap agar mereka mau membuat benda gerabah berukuran kecil-kecil, supaya efisien dapat dibawa, dijual ke pasar, daripada membawa gerabah-gerabah berukuran

besar-besar (mengingat jarak desa dengan pasar cukup jauh dan jalan di desa Ngadirejo tahun 1998 masih makadam dan tanah).

Pengalaman di sentra desa lain di kabupaten Tuban; desa Merik, kecamatan Semanding, perajinnya banyak, mayoritas mengerjakan pembuatan "*empluk*"; wadah serupa tempat ari-ari, dipakai untuk pengawetan ikan asap. Dibuat memakai meja putar tenaga tangan, berupa meja lingkaran, diameter 50 cm, tebal 8 cm dibuat dari bahan kayu, ditengahnya terdapat lagher, sehingga dapat berputar pada porosnya. Selain itu ada beberapa yang membuat coek, periuk dengan cara dipukul-pukul di pangkuan (selembar kain dibeber pada pangkuan, gumpalan tanah di pukul-pukul. Satu tangan yang berada didalam menahan memakai batu bundar dan tangan yang lainnya memukul-mukul memakai kayu keras). Para perajinnya menolak bantuan desain, dikarenakan mereka sudah sangat kewalahan menyelesaikan pesanan pembuatan *empluk*.

Pengalaman di sentra lain di kabupaten Tuban; desa Selogabus kecamatan Parengan Tuban. Di desa ini pengalaman yang terbanyak, mengingat keunikan pembuatan gerabahnya dan yang terbaik kualitasnya dibandingkan gerabah dari sentra desa yang lain. Catatan; perajinnya mayoritas ibu-ibu (seorang laki-laki), membuat gerbahnya dengan cara diputar, posisi benda dan meja putarnya miring. Diputar memakai alat putar sepakan kaki dengan pegas dari bahan busur bambu. Di desa ini pula bantuan terbanyak di berikan LPM ITS, salah satunya yang terbesar dan mahal (lebih dari 20 juta) adalah pemberian tungku tipe "api berbalik" (ukuran volume dalamnya 1 meter kubik) dibuat dari bata tahan api di lapisan dalam, dan bata merah di lapisan terluar. Memakai cerobong setinggi empat meter dari campuran bata, disambung hong besi diameter 30 cm dengan panjang tiga meter. Bantuan tersebut di peroleh pada tahun 2000, bekerjasama dengan Balitbangda profinsi Jawa Timur.

Pengalaman perajin tidak menyelesaikan order sekalipun telah menerima panjar dan perlunasannya, kasus berikutnya; perajinnya membuat bentuk pesanan yang sangat buruk hasilnya, perajin menjual hasil pekerjaan Abdimas tanpa pemberitahuan. Perajinnya berhenti produksi untuk lebih memilih menjadi penggembala sapi, perajinnya mendapat pesanan dalam jumlah banyak tetapi tidak mampu menyelesaikan, perajin ada yang tidak mampu membaca dan berhitung, sehingga harga gerabah buatan mereka berubah-ubah. Akibatnya oleh pedagang sering harganya dipermainkan. Hal ini berefek para perajin enggan melanjutkan memproduksi, lebih memilih menjadi buruh penggulung tembakau, penggemuk sapi atau (para remaja dan putus sekolah) memilih menjadi TKW atau Pembantu Rumah tangga ke Jakarta.

Permasalahan

Perencanaan pembinaan perajin diatas kertas sering berbeda hasilnya daripada di lapangan. Pembinaan yang terencana, membuat pohon pengabdian yang berjenjang dan target pengembangan menjadi pupus gagal **diakibatkan tidak setiap tahun rutin menerima dana Abdimas**, sekalipun sudah dicantumkan rincian langkah dan target serta pohon pengabdian untuk bisa berkelanjutan. Sehubungan tidak ada lagi pemberi dana kegiatan selain tunggal dari lokal ITS, akibatnya target keberhasilan pengembangan sentra kerajinan gerabah kabupaten Tuban menjadi gagal atau tersendat-sendat. Hal ini berpengaruh kepada perkembangan sentra gerabah tersebut serta kesinambungan kegiatan produksi gerabah di desa itu. Tidak sedikit perajin yang berhenti tidak melanjutkan usaha gerabah.

Tujuan

Evaluasi perbaikan langkah-langkah pengabdian dan semakin mengenal sentra gerabah di desa Selogabus kecamatan Parengan kabupaten Tuban. Dengan demikian diharapkan pembinaan lebih tepat guna daripada kegiatan Abdimas temporer.

Manfaat

Memperbaiki kegiatan Abdimas lanjutan untuk pengembangan sentra gerabah di kabupaten Tuban (khususnya di desa Selogabus kecamatan Parengan Tuban).

Tinjauan Pustaka

Tanah Liat dan Pengolahannya,

Tanah Liat adalah bahan yang sederhana dan berlimpah, mudah didapat dan disiapkan, dan tidak memerlukan pemrosesan yang banyak, seperti halnya sebagian besar bahan baku yang kita gunakan untuk membuat sesuatu...Tanah Liat sesungguhnya bahan yang temperamental. Plastisitas Tanah Liat menyusut ketika mengering dan menyusut lebih banyak ketika dibakar, dan ini menciptakan segala macam masalah dalam pembuatan tembikar. Reaksi tanah liat terhadap api mungkin tampak tidak dapat

diprediksi dan bahkan di bawah kondisi yang paling terkendali sekalipun sejumlah ketidakpastian datang ke proses pembakaran (Rhodes, 1957)

Mempersiapkan tanah liat

Sebelum tanah liat digunakan, tanah harus ditekan. Ini adalah metode tertua yang dikenal untuk menjadikan tanah liat dalam kondisi kerja yang baik, dan ini masih yang terbaik. *Wedging*, (*Mengulet - menggemblong*) membuat tekstur tanah liat seragam dan menghilangkan kantong udara. Jika tanah liat Anda terlalu kering, Anda bisa melembabkannya selama proses pemotongan; jika terlalu basah, *Mengulet (menggemblong)* akan mengeringkannya. Anda akan membutuhkan papan *wedging* di studio Anda. Ini adalah lempengan plester yang kokoh dengan pegangan tegak untuk memegang kawat yang kencang dan perangkat lain untuk menjaga kawat tetap kencang. Papan potong akan menerima banyak penggunaan kasar sehingga harus dibuat sekuat yang Anda bisa. (Kenny, 1949)

Perajin di pedesaan membuat plastis tanah liat, menghindari gelembung udara, memilah kerikil atau limbah organik yang berada pada tanah liat hanya dengan menginjak-injak (sebab jumlahnya banyak)

Teknik memutar tanah liat memakai meja putar

Memutar meja tembikar, Memutar meja tembikar adalah cara paling canggih ... Dari semua metode pembuatan tembikar, memutar menawarkan kemungkinan terbesar untuk penciptaan bentuk secara spontan... ”(Roy, 1959). Langkah awal memutar benda keramik (gerabah) adalah dengan memusatkan tanah liat; “Penting untuk ‘memusatkan’ tanah liat pada meja putar. Tanah liat yang tidak memusat sulit dikendalikan karena roda mengerahkan kekuatan keluar saat berputar. (Christy, G and Pearce, S, 1992), akan tetapi sekalipun berkeinginan memusatkan tanah liat, syarat lainnya adalah tanah liat tersebut harus plastis, seperti yang dikatakan (Clark, 1983); PLASTIS ATAU KELIATAN. Plastisitas adalah properti yang membuat tanah liat bisa digunakan. Sulit untuk diukur,

Selain plastisitas juga syarat tanah liat yang baik adalah memiliki atau tidak memiliki porositas. Seperti juga yang dikatakan Clark (1983);

POROSITAS

Tanah liat mungkin sangat plastis dan mudah dikerjakan, namun tidak cocok untuk membuat barang karena setiap keluar dari pembakaran tungku menjadi bengkok atau retak. Tanah liat yang tidak keropos, mampu menampung air, sehingga dalam pengeringan dan selama distorsi pembakaran terjadi. Sesuatu harus ditambahkan ke tanah liat untuk “membukanya”, untuk supaya poros. Masalahnya bagaimana melakukan ini tanpa merusak plastisitasnya dan porositasnya tidak sering berjalan seiring. Anda mungkin harus mengorbankan salah satu untuk meningkatkan yang lain.

Pasangan porositas dalam pembakaran adalah “susut kering (belum dibakar) dan susut bakar (setelah dibakar).

SUSUT KERING, SUSUT BAKAR. Tanah Liat mengering akan susut dan lebih susut ketika habis dibakar. Tanah liat yang berbeda, susutnya pun berbeda pula; dalam beberapa kasus sepotong tanah liat yang keluar dari tungku, susutnya 5 kali dari tanah liat asal sebelum dibakar.

“*Plasticity*” (Kenny, 1962, p156), “*Porosity*” (Kenny, 1962, p158-159) dan “*Shrinkage*” (Kenny, 1962, p159-160) atau susut kering dan susut bakar. Plastisitas adalah syarat tanah liat mudah dipakai untuk dibentuk, diputar maupun di cetak tekan. Porositas adalah daya rembes air, semakin tinggi dibakar air tidak mudah merembes, sebab pori-porinya semakin rapat atau halus (Kenny, 1962).

Pembakaran

Pembakaran gerabah di desa-desa kabupaten Tuban masih banyak di tegalan terbuka, dengan bahan bakar *damen* atau sisa padi dan kayu bakar. Kelemahan pembakaran demikian banyak panas pembakaran yang keluar ke udara bebas, akibatnya panas pembakaran tidak terfokus ke pematangan benda. Hasil pembakarannya pun beberapa persen kurang matang dan tidak sedikit retak atau pecah, akibat panas pembakaran yang mendadak atau mengenai langsung benda gerabahnya.

Gerabah atau **keramik batu** (*Stoneware*) dibakar dan matang pada “suhu 1200°C-1300 °C” (Rhodes, 1958, p.19) Gerabah dan keramik sesungguhnya serupa, gerabah adalah keramik lunak (*Earthenware*) dibakar dan matang pada “suhu 950 °C hingga 1100 °C” (Rhodes, 1958, p20).

Dekorasi

Ukiran mencakup berbagai teknik dan efek, dari garis tergores sederhana hingga relief patung yang rumit dan menghias dengan goresan dalam, yang dapat dicapai dengan berbagai alat pemotong.

Meskipun ini bukan teknik ukiran, etsa tahan lilin juga termasuk dalam bab ini, karena hasilnya mirip. (Shafer, 1976, p.26)

Teknik mengesankan menghias tertua dan merupakan salah satu cara termudah dan tercepat untuk memperkaya permukaan tanah liat. Karena hampir semua barang yang lebih keras daripada tanah liat lunak akan meninggalkan kesan, permukaan yang sangat beragam dan kaya dapat dibuat dengan sangat cepat. Namun, sangat mudah dan cepatnya teknik, serta banyaknya kemungkinan, sering menyebabkan berlebihan. Sangat mudah dan menggoda untuk menghias berlebihan: sekedar kuantitas, variasi yang tidak berarti, pengulangan yang monoton, dan menghias secara sembarangan sama-sama parahnya.

Hampir seluruh permukaan mungkin bermotif dengan cap dengan hasil yang indah, tetapi beberapa pot mungkin paling baik disajikan hanya dengan pita sempit atau dengan satu stempel kecil yang menghidupkan bentuknya tetapi benar-benar lebih rendah. Variasi yang menarik dan kontras yang dramatis dapat dicapai melalui penggunaan berbagai jenis cap dalam satu bagian; tetapi hubungan logis harus dipertahankan di antara mereka dan ke pot-untuk menghindari berlebihannya detail yang tidak berhubungan yang tidak bermakna. (Shafer, 1976, p.42)

Pemasaran

Strategi Pemasaran Produk Baru

Memulai bisnis dengan menjual produk masih menjadi daya tarik masyarakat. Pasalnya, usaha ini tidak mengharuskan memiliki kantor dan terikat waktu. Dengan memanfaatkan kreativitas dan inovasi, Anda bisa membuka bisnis penjualan produk di rumah sendiri. Namun, masih banyak juga yang merasa ragu untuk memulai bisnis seperti ini, salah satunya karena sulitnya melakukan pemasaran untuk memperkenalkan produk ke masyarakat. Pemasaran produk memang menjadi hal yang paling penting jika ingin produk dikenal dan menarik pembeli. Banyak cara yang bisa Anda lakukan sebagai strategi pemasaran produk di tengah kemajuan teknologi ini. Lalu apa saja strategi pemasaran produk yang jitu, khususnya untuk produk baru? Simak ulasan berikut ini:

Strategi Pemasaran Produk Baru untuk Kesuksesan Bisnis Anda. Cara pemasaran produk yang dilakukan masing-masing pebisnis pasti berbeda. Namun, ada beberapa standar cara pemasaran produk yang harus diketahui oleh para pebisnis agar bisa memasarkan produk mereka dengan baik kepada konsumen.

Berikut ini adalah beberapa strategi pemasaran produk baru yang bisa dilakukan:

1. Mengenal Pasar dan Target Market

Mengenal pasar dalam hal ini Anda harus mengetahui kualitas dan kegunaan produk yang akan dijual. Apakah produk Anda merupakan produk baru atau sudah banyak yang menjual? Ini perlu menjadi pertimbangan untuk mengatur strategi pemasaran produk. Jika produk Anda merupakan produk yang baru, maka Anda memiliki jangkauan area yang luas untuk memasarkan produk. Namun jika produk yang dijual sebenarnya sudah banyak kompetitor, Anda perlu mengenal lebih jauh kelemahan-kelemahan produk yang dijual oleh saingan dan memperbaikinya di produk yang Anda jual untuk mendapatkan perhatian konsumen. Konsumen tentu lebih tertarik dengan produk yang memiliki lebih banyak kelebihan daripada kelemahannya. Selain mengenal pasar, Anda juga perlu memahami sasaran/target market produk yang Anda jual. Dalam hal ini, produk tersebut dijual untuk siapa? Apakah untuk kaum muda atau tua, atau bahkan anak-anak? Anda perlu memikirkan hal ini untuk menentukan dimana dan kapan Anda akan melakukan promosi produk.

2. Menciptakan Produk Berkualitas

Membuat produk berkualitas dan sesuai dengan target market yang akan dibidik adalah sebuah awal yang baik untuk memulai bisnis, apapun jenis bisnis Anda. Kualitas yang dimaksud di sini mulai dari bahan baku, proses pembuatan, hingga tercipta sebuah produk. Dengan membuat produk yang berkualitas, maka dengan sendirinya Anda telah membantu proses pemasaran itu sendiri. Alasannya, karena semua orang lebih memilih produk yang berkualitas ketimbang produk yang abal-abal. Proses pembuatan produk berkualitas ini sendiri tidak bisa terjadi begitu saja. Tentunya butuh waktu untuk mereview produk yang sudah dihasilkan hingga akhirnya benar-benar sesuai dengan yang diharapkan.

3. Membuat Kemasan Menarik untuk Produk

Ada pepatah yang mengatakan “Jangan menilai sesuatu dari kulitnya”. Namun, dalam strategi pemasaran produk baru yang baik, kita harus memperhatikan segala aspek. Termasuk kemasan produk yang dijual. Kemasan produk yang menarik tidak sekedar tampilan saja. Namun, harus ada sesuatu yang dapat membuat produk yang dijual berkesan dan diingat oleh konsumen. Ada banyak konsumen yang lebih mudah mengingat sebuah produk karena kemasan produk tersebut sangat berkesan. Untuk membuat desain kemasan produk tersebut tentunya Anda membutuhkan tenaga desainer berbakat. Anda

bisa menyewa tenaga desainer dari beberapa marketplace lokal.

4. *Memilih Lokasi Pemasaran yang Tepat*

Yang pertama kali terlintas dalam benak kita saat akan melakukan promosi produk adalah “dimana kita akan memasarkan produk ini?”. Strategi sebelumnya menjadi penentu untuk menentukan dimana Anda akan menjual produk. Sebagai contoh, jika target pasar adalah anak sekolah maka Anda harus memilih lokasi pemasaran yang dekat dengan sekolah, tempat bimbel maupun tempat nongkrong anak-anak sekolah. Anda bisa memasang banner promosi produk di lokasi-lokasi tersebut yang memungkinkan mereka untuk melihatnya.

5. *Tawarkan Promo*

Di jaman yang serba mahal ini sudah pasti banyak orang yang menyukai adanya promo produk atau *sale*. Anda bisa menambahkan tawaran promo produk pada iklan yang Anda pasang. Misalnya, karena produk Anda adalah produk yang baru maka Anda akan memberikan promo “Buy One Get One Free”. Promo ini terbilang ampuh karena akan menarik perhatian calon pembeli yang awalnya hanya ingin coba-coba justru bisa menjadi pelanggan tetap karena kualitas produk yang Anda tawarkan. Promo seperti ini tentu harus didasari perhitungan untung rugi. Jangan sampai karena adanya over promo justru membuat Anda bangkrut. Solusinya bisa membatasi promo misalnya hanya berlaku untuk 2 atau 3 hari saja.

6. *Manfaatkan Tenaga Pelanggan*

Satu lagi cara promosi yang paling jitu adalah dengan memanfaatkan tenaga pelanggan. Anda bisa menawarkan sistem bagi hasil bagi pelanggan yang mau menawarkan produk Anda ke konsumen lain. Atau kalau yakin, Anda bisa membuat skema **bisnis MLM** atau menawarkan komisi saat pelanggan Anda berhasil memasarkan produk. Namun perlu diingat, cara ini harus hati-hati. Jangan membuat skema sembarangan karena bila merugikan pelanggan, Anda bisa dipidanakan.

7. *Manfaatkan Media Online*

Hampir sebagian masyarakat kita sudah pasti punya gadget atau smartphone masing-masing. Ini harus masuk ke daftar strategi pemasaran produk Anda. Anda bisa melakukan pemasaran atau memasang iklan di website, marketplace atau beberapa sosial media seperti **Instagram**, **Facebook**, dan **Twitter**. Kunjungi marketplace terpercaya seperti **Tokopedia**, **Kaskus**, **OLX**, atau sejenisnya yang bisa Anda gunakan secara gratis atau berbayar bila ingin menikmati fitur premium.

8. *Menjadi Sponsor Sebuah Kegiatan*

Strategi pemasaran produk baru dengan cara menjadi sponsor kegiatan ternyata sangat efektif. Cara pemasaran seperti ini bisa dilakukan secara online maupun offline. Misalnya bisnis Anda menjual produk bahan makanan (misalnya tepung terigu) dan menjadi salah satu sponsor pada kegiatan lomba membuat kue. Saat kegiatan berlangsung, bahan makanan yang digunakan oleh peserta adalah produk Anda. Cara pemasaran produk seperti ini sangat efektif karena produk yang digunakan adalah produk yang Anda jual. Namun, tidak menutup kemungkinan juga Anda bisa menjadi sponsor untuk kegiatan lainnya, tak melulu acara bertajuk kuliner.

9. *Memberikan Insentif untuk Rekomendasi Pelanggan*

Strategi pemasaran produk baru dengan cara *word of mouth* (*promosi dari mulut ke mulut*) adalah sangat efektif, Promosi seperti ini biasanya lebih mudah dipercaya. Anda bisa menawarkan insentif kepada konsumen atau kerabatnya; berupa voucher, kupon diskon, uang, atau bahkan produk Anda sendiri.

10. *Melakukan Kegiatan Amal (Corporate Social Responsibility)*

Salah satu cara untuk mengajak konsumen untuk membeli produk Anda adalah dengan membuat mereka yakin bahwa produk Anda adalah ramah lingkungan dan tepat untuk kebutuhan mereka. Strategi pemasaran produk baru dengan memanfaatkan psikologis konsumen ini ternyata sangat, untuk meningkatkan penjualan. Anda bisa menunjukkan rasa peduli kepada lingkungan sekitar dengan melakukan program CSR atau *Corporate Social Responsibility*. Misalnya Anda menjual produk minuman yang ramah lingkungan, Anda bisa melakukan penggalangan dana yang akan disumbangkan ke komunitas atau organisasi tertentu. Namun, sebelum melakukan kegiatan seperti ini, pastikan bahwa produk Anda memang ramah lingkungan. Kegiatan seperti ini sangat efektif untuk membuat brand Anda disukai oleh masyarakat luas. Artikel tulisan ;Jonathan Maxmanroe.com

Menurut Bob Sadino; rencana adalah bencana

- 1) Jangan banyak rencana, karena rencana adalah bencana
- 2) Sebuah usaha tidak bisa lurus persis

- 3) Tidak perlu melakukan banyak analisis jika mau sukses, alasannya seringkali orang yang melakukan analisis justru membuatnya fokus Pada hal-hal negative.
- 4) Setinggi apapun pangkat yang dimiliki, anda tetap seorang pegawai, sekecil apapun usaha yang anda punya, anda adalah boss
Buku Bob Sadino, Goblok Pangkal Kaya, penulis : Hana Wisteria, Penerbit Genesis Learning 2016.

Pada dasarnya, memulai bisnis baru membutuhkan iman atau tekad berbisnis untuk diwujudkan dalam perencanaan bisnis. Merencanakan bisnis perlu punya pengharapan dan target masa depan. Mulai menjalankan bisnis membutuhkan langkah nyata perbuatan. Mengelola bisnis membutuhkan kesukacitaan untuk memberi bagi konsumen, karyawan dan masyarakat sekitar.

Berbisnis – baik yang baru mulai ataupun yang sudah berjalan harus dengan perhitungan, karena keberhasilan bisnis sejatinya juga merupakan hasil perhitungan. Setidaknya harus ada perhitungan untung rugi yang pada dasarnya merupakan selisih pendapatan dan biaya. Memulai bisnis tidak bisa hanya memikirkan bagaimana cara memulainya, tetapi harus juga merancang bagaimana proses tersebut akan dijalankan di masa mendatang.

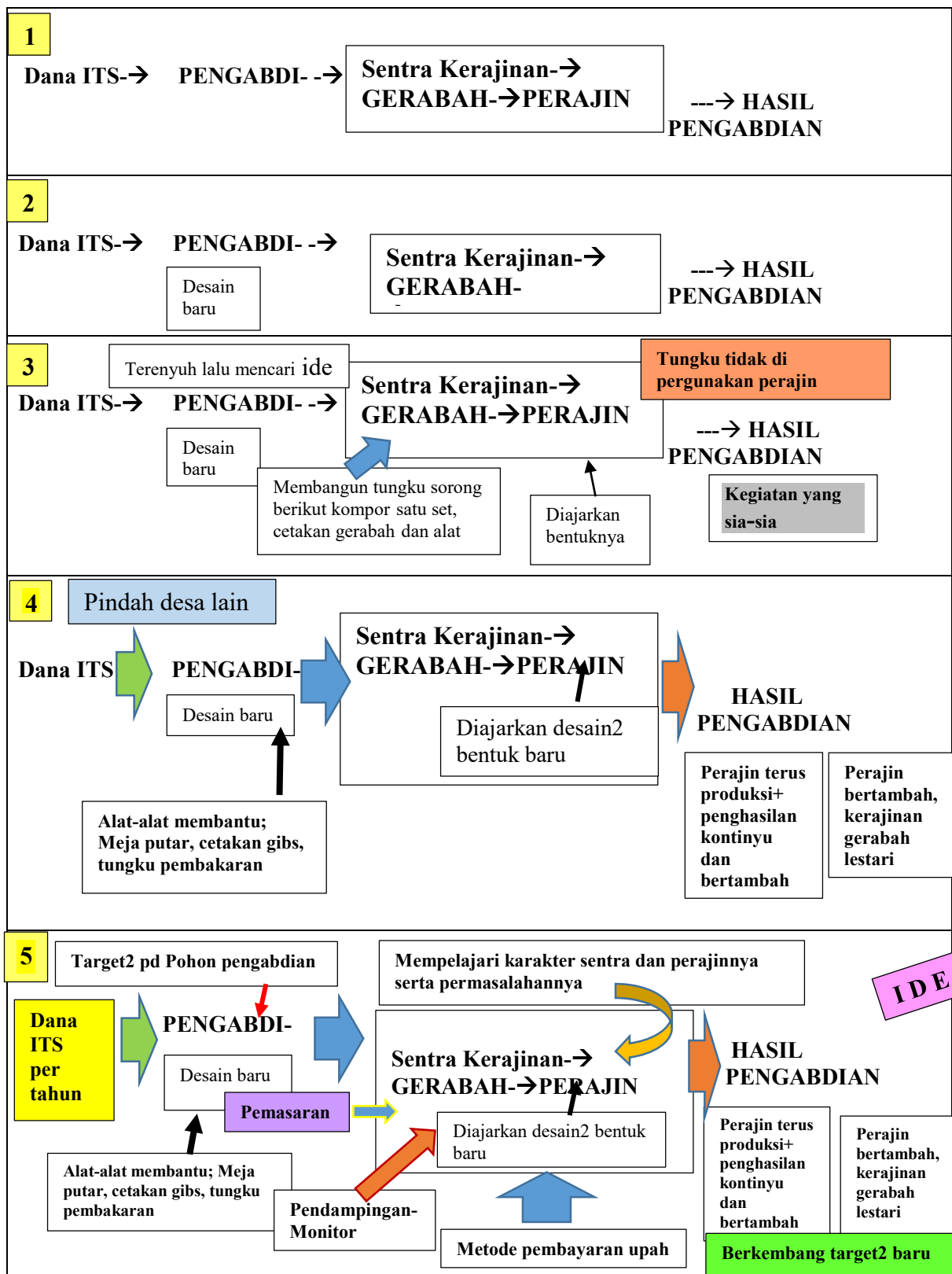
Seorang pebisnis atau calon pebisnis yang mempunyai jiwa *entrepreneurship* tinggi selalu memiliki lima karakter unggul... *The Five Great Entrepreneur Characters* ;

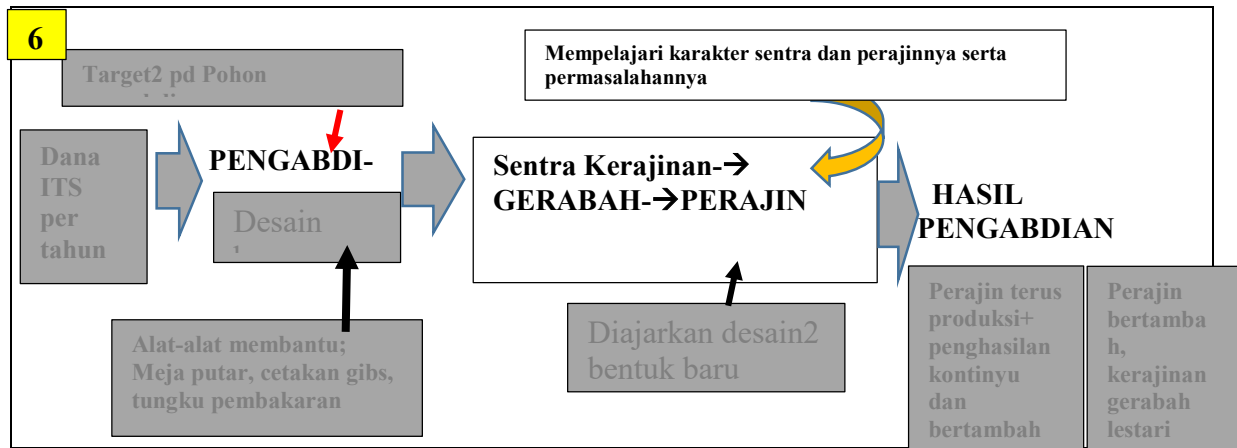
- 1). *Opportunity Seeker*; Seorang pebisnis adalah seorang pencari kesempatan usaha tidak pernah ‘tega’ membiarkan kesempatan bisnis berlalu begitu saja.
 - 2). *Network Builder*; Seorang pebisnis adalah...mempunyai karakter supel dalam bergaul dengan siapapun..
 - 3). *Smart Leader*; Seorang pebisnis adalah...cerdas...bisa memimpin orang lain...
 - 4). *Hard Worker*; Seorang pebisnis adalah...seorang pekerja keras...tekad yang kuat untuk mencapai tujuannya.
 - 5). *Progress Demander*; Seorang pebisnis adalah..mendambakan kemajuan dari waktu ke waktu, ..tidak merasa cukup hanya dengan maju selangkah...pebisnis seringkali ‘memaksakan’ adanya lompatan...
- Joewono, Handito, 2010, *The 5 Arrows of New Business, Development*, Lima langkah Memulai dan Mengembangkan Bisnis Baru, Jakarta, Penerbit Arrbey

“Berhati-hati dalam berucap, karena ucapan yang kita kira sopan justru bisa menyakitkan “omongan kita yang tidak enak” dan membuat tidak terima.

“Rumus jualan; manis, pakaiannya rapi, tertawa, jangan punya anggapan pada pembeli, pujinya (dalam hati): laku,laku,laku” Wawancara dengan ahli ‘Spiritual’ *for Business*; Bapak Dwi Hariono, tahun 2018 di kediamannya Bratang Gede VA. Surabaya

METODE PELAKSANAAN





HASIL dan PEMBAHASAN

1).Kegiatan Abdimas sederhana adalah;

Pengabdi datang ke desa, berkenalan dengan perajin, membeli lalu memesan benda, kemudian di selesaikan perajin sebagaimana yang dijanjikan. Pengabdi mengeluarkan biaya perjalanan dan pemesanan order ke perajin, perajin menerima ongkos dari pengabdi. Selesai.

2).Pengabdi datang ke desa (sentra gerabah)melihat perajin membuat gerabah berukuran besar-besar, oleh pengabdi diarahkan membuat guci-guci yang ukurannya tidak terlampau besar. Langkah awal adalah membuat cetakan ragam hias untuk guci-guci buatan perajin. Dinding guci-guci tersebut diberi ragam hias naga hasil cetakan yang dibuat pengabdi. Perajin sekaligus diajarkan cara mencetak. Kemudian gerabah yang telah selesai dibakar di bawa ke Surabaya untuk di *finishing*, dicat memakai cat mobil.

3).Pengabdi datang ke desa (sentra gerabah)melihat perajin membuat gerabah berukuran besar-besar, Kemudian mengarahkan untuk membuat benda yang lebih kecil. lalu melihat orang mengendarai sepeda angin membawa gerabah-gerabah berukuran besar-besar ke pasar menjadi terenyuh, lalu mencari ide untuk membantu; mengajarkan membuat gerabah cenderamata berukuran kecil, memakai alat putar atau di cetak. Mencari dana untuk membangun tungku dan memberi alat. Membangun dan melakukan uji coba alat atau tungku yang diberikan penduduk desa hanya menonton. Berulangkali memonitor ternyata peralatan yang diberi tidak dipakai dan di geletakan. Hingga suatu saat masyarakat sentra desa tersebut membongkarnya. Kegiatan Abdimas yang sia sia.

4).Pengabdi datang ke suatu sentra gerabah di Tuban, gerabah buatan mereka sangat sederhana dan monoton, karena pengabdi lulusan dari jurusan Seni keramik ITB, melihat keadaan tersebut menawarkan kepada para perajin bantuan desain dan alat, apa jawab mereka; kami membuat “empluk” ini sudah sangat kewalahan. Lalu apakah dapat di pastikan laku andaikata mereka membuat seperti arahan kita? Pengabdi terkejut dan urung memberi bantuan, penyuluhan ke desa tersebut.

5). Pengabdi membuat master contoh dari rumah di Surabaya; mulai membuat master, menghaluskan master lalu membuat cetakan dari bahan gibs, setelah itu mencoba mencetaknya. Hasilnya harus diperhalus dan di *finishing* lebih baik sehingga menarik. Cetakan dan bentuk contoh hasil cetakan di bawa ke desa sentra gerabah. Kemudian berkenalan dengan beberapa remaja putus sekolah , mengajarkan teknik mencetak lalu menunjukan target seperti contoh yang dibawa. Membuat perjanjian kapan harus selesai dan diberi panjar sekaligus dilunasi. Selang beberapa minggu pengabdi datang lagi, ternyata order kepada salah satu perajin tidak dikerjakan, order ke perajin atau remaja putus sekolah hasilnya sangat buruk dari contohnya, itupun tidak dikerjakan sebanyak yang di janjikan. Pengabdi kecewa, selanjutnya marah dan tidak membantu mengarahkan sehingga proses kegiatan penyuluhan tidak berhasil.

Sekali waktu pengabdi bertemu dengan seorang perajin laki-laki (satu-satunya) minat betul dengan pembuatan gerabah (sering di tugaskan Perindustrian) kursus ke berbagai sekolah pembuatan gerabah sehingga suatu saat pengabdi mendapat bantuan dari Balitbangda untuk merancang dan membangun sebuah tungku yang seharga 20 juta (volume satu kubik), akhirnya dibangunlah tungku pembakaran hingga memberi peralatan-peralatan penunjang lainnya di kediaman perajin tersebut. Perajin memiliki beberapa tukang yang menjadi kepanjangan arahan membuat gerabah desain pengabdi, disamping perajin juga membuat. Mulai dari itu kegiatan pengabdian di desa itu selalu melalui perajin ini. Ada lebih dan kurangnya, selama pengabdi bekerjasama dengan perajin ini, perajin lain di desa itu enggan untuk turut serta, ada rasa iri atau gengsi, padahal tujuan pengabdi tungku tersebut diperuntukan masyarakat di desa itu semua, akibatnya seolah-olah menjadi milik perajin tersebut.

Pengabdi mendapatkan perajin yang sederhana, tetapi begitu diajarkan bentuk, kemudian dia mencoba beberapa kali sampai serupa yang dikehendaki, selanjutnya di beri order sekaligus dibayarkan perlunasannya, kemudian berjanji kapan selesai. Pada beberapa minggu kemudian, hasil buatan telah selesai, jumlahnya juga memenuhi. Sejak dari tahun 2000 hingga sekarang menjadi langganan untuk diberi order. Perajin yang rajin, tepat waktu sesungguhnya cukup banyak di desa Selogabus kecamatan Parengan tersebut. Hanya perajin di desa ini tidak sedikit yang tidak mampu baca dan berhitung, setiap kali order menentukan harganya berubah-ubah, inilah yang mengakibatkan harga-harga gerabah yang mereka buat sering dipermainkan oleh pedagang.

Kekecewaan pengabdi ketika di desa itu tiba-tiba para perajinnya susut, selain harga gerabah rendah juga datangnya para pekerja TKW dan Pembantu Rumah Tangga dari Jakarta pada menjelang hari raya Idul Fitri atau Lebaran. Mereka membawa uang, pakaian yang bagus juga gaya hidup. Mereka membawa handphone, membangun rumah dan tampilan yang menggoda remaja putus sekolah di desa itu termasuk para perajinnya. Perajin belia menjadi enggan untuk meneruskan tradisi membuat gerabah, lebih memilih mengikuti pendahulunya TKW dan PRT ke Jakarta.

Dari pengalaman kegiatan pada sentra gerabah didapat pola IDEAL Abdimas;

Pengabdi datang membawa dana ke desa hendak melakukan kegiatan Abdimas sesuai pohon target pengembangan sentra gerabah tersebut. Melengkapi dengan berbagai alat juga desain yang hendak dibuat. Sesungguhnya pohon target pengabdian adalah hasil pengembangan dan mempelajari menyeluruh; bahan baku, kemampuan perajin, permasalahan desa hingga nantinya akan dikembangkan kemana sentra gerabah itu.

Kemudian munculah rencana pengembangan yang telah di orientasikan dengan pemasarannya; memakai cara apa saja dan kemana memasarkannya. Hal ini sudah terfikirkan bentuk akhir gerabahnya seperti apa kepentasannya. (yang diorientasikan dengan pasar)

Sebagai catatan pohon target pengabdian, juga memikirkan bagaimana menjaring perajin-perajin belia supaya ada regenerasi. Apabila mulai dari desain-benda yang dibuat- dipasarkan cepat dan lancar, sehingga perajin bisa terus berproduksi (rutin mudah mendapatkan penghasilan) akhirnya dengan sendirinya kegiatan pengembangan kerajinan gerabah di desa tersebut dapat berhasil. Memunculkan target-target baru kedepannya (sebagai contoh; membuat kawasan wisata gerabah dan melombakan kegiatan kreatif yang mengikutinya).

6). Semua kegiatan terencana secara ideal tidak dapat berlangsung **akibat tidak setiap tahun proposal kegiatan Abdimas diterima untuk di beri dana oleh ITS**. Resikonya semua target pengembangan terhenti, tidak ada kegiatan bahkan yang menyedihkan para perajin tidak berproduksi, kegiatan pembuatan gerabah di desa tersebut segera punah. Apabila punah akan sulit kembali membangkitkannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan banyak terimakasih kepada para perajin gerabah di desa Ngadirejo kecamatan Rengel dan desa Selogabus kecamatan Parengan kabupaten Tuban. Semoga kedepan bisa terus terjalin kerjasama sehingga sentra gerabahnya dapat dikembangkan menjadi lebih maju. Saya juga harus berterimakasih kepada Institusi saya ITS, melalui Lembaga Pengabdian Masyarakatnya, saya dapat melakukan kegiatan Abdimas. Sehingga langkah-langkah membantu masyarakat desa dapat terlaksana.

KESIMPULAN

Kegiatan Abdimas pada sebuah desa tidak dapat terlaksana dengan tepat sasaran apabila tidak mempelajari keadaan termasuk problematika masyarakat desa tersebut.

Perlunya pendekatan dan pengenalan yang cukup ke masyarakat, sesungguhnya kegiatan Abdimas tidak tepat bila diadakan secara temporer atau berpindah-pindah.

Kegiatan Abdimas membutuhkan pendanaan yang teratur, tanpa pendanaan yang rutin setiap tahun akan berakibat berhentinya produksi atau tidak tercapainya target-target sasaran dari pohon pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel tulisan ;Jonathan Maxmanroe.com

Christy, G and Pearce, S (1992), Step by step art school, CERAMICS, 81 Fullham Road London SW3 6RB: by Hamlin an imprint of Reed Consumer Books Limited Michelin House.

Joewono, Handito, 2010, The 5 Arrows of New Business, Development, Lima langkah Memulai dan Mengembangkan Bisnis Baru, Jakarta: Penerbit Arrbey

Kenny, John B, (1949), TheComplete Book of POTTERY MAKING, Philadelphia New York: Chilton Company- Book Division.

Roy, (1959), Ceramic, An Illustrated Guide to Creating and Enjoying Pottery, New York: McGRAW-HILL BOOK COMPANY,INC.

Rhodes, Daniel (1957), Clay and Glazes for the Potter, New York: Greenberg Publisher.

Shafer,Thomas,(1976), POTTERY DECORATION, New York: Watson Guptill Publications.

Wisteria, Hana, 2016, Bob Sadino, Goblok Pangkal Kaya, Jakarta, Penerbit: Genesis Learning.

Wawancara dengan ahli 'Spiritual' for Business; Bapak Dwi Hariono, tahun 2018 di kediamannya Bratang Gede VA. Surabaya