



Pengembangan Usaha Kerajinan Clay Melalui Strategi Pemasaran Digital dan Offline

Darren Nataleano Metusalak Taulo ^{1*}, Khosnol Khotimah ², Melkior Keleka Hayon ³,
Muhammad Yasin ⁴

¹⁻⁴ Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Semolowaru No. 45

Korespondensi penulis: darrentaulo@gmail.com *

Abstract. *This proposal discusses a business plan for handcrafted products made from clay, focusing on cup holders and ashtrays with unique and eco-friendly designs. Clay is chosen as the main material due to its high flexibility, aesthetic value, and broad market potential. The purpose of this business is to create decorative yet functional products that are customizable and appealing to various groups, particularly art lovers and handmade product enthusiasts. The methods used include market analysis through questionnaires, digital and offline marketing strategies, and a Business to Customer (B2C) approach. Survey results indicate strong consumer interest in clay tray products, driven by affordable pricing, attractive designs, and eco-friendly qualities. Promotional strategies include social media, online marketplaces, participation in exhibitions, and collaborations with influencers. This proposal also includes a financial analysis to determine the break-even point (BEP) and assess the business's profit potential. With proper management, this clay craft business is considered to have promising prospects and the potential to grow into a sustainable enterprise..*

Keywords: *clay craft, creative business, entrepreneurship, handmade products, marketing strategy.*

Abstrak. Proposal ini membahas rencana usaha kerajinan tangan berbahan dasar clay yang difokuskan pada produk wadah gelas dan asbak dengan desain unik dan ramah lingkungan. Clay dipilih sebagai bahan utama karena memiliki fleksibilitas tinggi, nilai estetika, serta potensi pasar yang luas. Tujuan dari usaha ini adalah untuk menciptakan produk dekoratif yang fungsional, customizable, dan memiliki daya tarik bagi berbagai kalangan, terutama pecinta seni dan produk handmade. Metode yang digunakan mencakup analisis pasar melalui penyebaran kuesioner, strategi pemasaran digital dan offline, serta pendekatan Business to Customer (B2C). Hasil survei menunjukkan minat konsumen yang cukup tinggi terhadap produk clay tray, dengan pertimbangan harga terjangkau, desain menarik, dan sifat eco-friendly. Strategi promosi meliputi media sosial, marketplace, partisipasi dalam pameran, serta kolaborasi dengan influencer. Proposal ini juga memuat analisis keuangan untuk menghitung break even point (BEP) dan potensi keuntungan usaha. Dengan pengelolaan yang baik, usaha kerajinan clay ini dinilai memiliki prospek yang menjanjikan dan berpotensi berkembang menjadi bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: kerajinan clay, kewirausahaan, produk handmade, strategi pemasaran, usaha kreatif.

1. LATAR BELAKANG

Kerajinan tangan berbahan dasar clay telah menjadi bagian integral dari budaya dan seni di berbagai belahan dunia. Clay, atau tanah liat, adalah material alami yang mudah dibentuk dan memiliki fleksibilitas tinggi, memungkinkan para pengrajin untuk menciptakan berbagai produk dengan nilai estetika dan fungsional yang tinggi. Produk seperti wadah gelas dan asbak dari clay tidak hanya berfungsi sebagai peralatan rumah tangga, tetapi juga sebagai elemen dekoratif yang menambah nilai estetika ruangan.

Di Indonesia, industri kerajinan tangan memiliki potensi besar untuk berkembang, mengingat kekayaan budaya dan kreativitas masyarakatnya. Produk kerajinan clay dapat menjadi alternatif produk lokal, baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk ramah lingkungan dan handmade, kerajinan clay menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan.

Tak hanya itu, berbagai teknik dalam pembuatan kerajinan clay, seperti teknik pilin, lempengan, dan cetak, memungkinkan variasi desain yang beragam. Para pengrajin dapat mengembangkan kreativitas mereka dengan menciptakan motif-motif khas daerah, seperti batik atau ukiran tradisional, sehingga produk clay memiliki nilai seni yang lebih tinggi. Proses pewarnaan dan finishing yang tepat juga dapat menambah daya tarik serta ketahanan produk, sehingga mampu bersaing dengan produk kerajinan dari bahan lain.

Usaha produk ini diambil karena dalam memproduksi usaha kerajinan clay kami memiliki fleksibilitas dalam desain dan kreatif, artinya clay bisa dibentuk menjadi berbagai bentuk wadah atau alas suatu barang dan bisa menyesuaikannya dengan tren. Meskipun focus kami dalam membuat clay ke bentuk seperti wadah atau alas suatu barang, kami tetap membuka peluang kepada para pelanggan untuk melakukan produk custom sesuai keinginan pelanggan.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian dan Sejarah Clay

Clay adalah material alami yang terdiri dari partikel mineral yang sangat halus, yang memiliki sifat plastis saat basah dan mengeras setelah dikeringkan atau dibakar. Sejak zaman prasejarah, clay telah digunakan oleh manusia untuk membuat berbagai peralatan dan karya seni. Di Indonesia, penggunaan tanah liat sebagai bahan kerajinan memiliki sejarah panjang, terutama dalam pembuatan gerabah dan keramik tradisional.

Jenis-Jenis Clay

Terdapat beberapa jenis clay yang umum digunakan dalam kerajinan tangan, antara lain:

1. Air-Dry Clay: Clay yang mengering dengan sendirinya saat terpapar udara tanpa perlu dibakar. Jenis ini cocok untuk pemula dan proyek DIY karena kemudahannya dalam penggunaan.
2. Polymer Clay: Clay sintetis yang mengeras setelah dipanggang dalam oven pada suhu tertentu. Polymer clay memiliki berbagai warna dan cocok untuk detail yang rumit.
3. Stoneware Clay: Jenis clay yang lebih kuat dan biasanya digunakan untuk pembuatan peralatan makan dan keramik tahan lama.

Teknik Pembuatan Produk Clay

Beberapa teknik dasar dalam pembuatan produk clay meliputi:

1. Teknik Lempengan (Slab): Membentuk clay menjadi lembaran datar yang kemudian dipotong dan disusun sesuai desain.
2. Teknik Pilin (Coiling): Membentuk clay menjadi gulungan panjang yang kemudian disusun melingkar untuk membentuk objek.
3. Teknik Putar (Wheel Throwing): Menggunakan roda putar untuk membentuk clay menjadi bentuk simetris, seperti vas atau mangkuk.
4. Teknik Cetak (Molding): Menggunakan cetakan untuk membentuk clay sesuai dengan bentuk yang diinginkan.

Teori Kewirausahaan yang Relevan

Dalam konteks usaha kerajinan clay, teori inovasi dari Joseph Schumpeter sangat relevan. Schumpeter menekankan bahwa inovasi adalah kunci dalam kewirausahaan, di mana pengusaha harus mampu menciptakan produk baru atau memodifikasi produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dengan inovasi dalam desain dan fungsi, produk kerajinan clay dapat memiliki nilai tambah dan daya saing yang tinggi di pasar.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi usaha kerajinan clay, khususnya produk wadah gelas dan asbak berbahan dasar clay. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan proses pemasaran, persepsi konsumen, dan efektivitas strategi bisnis yang diterapkan oleh pelaku usaha secara mendalam dan menyeluruh.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisioner melalui google form. Setelah disebarluaskan kuisioner telah didapatkan sebanyak 27 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunggulan Produk

1. Material Berkualitas: Produk kerajinan clay yang dibuat menggunakan tanah liat berkualitas tinggi menawarkan beberapa keunggulan. Tanah liat ini tahan panas, sehingga produk yang dihasilkan dapat digunakan untuk menyajikan minuman panas

atau makanan hangat tanpa khawatir akan pecah atau rusak. Selain itu, tanah liat berkualitas juga memiliki tingkat kekuatan yang tinggi, sehingga produk yang dihasilkan tahan lama dan tidak mudah retak atau pecah.

2. **Desain Unik & Customizable:** Keunggulan lain dari produk kerajinan clay ini adalah desainnya yang unik dan dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Fleksibilitas tanah liat memungkinkan para pengrajin untuk membentuk produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan desain yang personal, eksklusif, dan tidak ditemukan di tempat lain.
3. **Eco-Friendly:** Produk kerajinan clay ramah lingkungan. Penggunaan tanah liat sebagai bahan baku merupakan alternatif yang lebih baik dibandingkan dengan penggunaan bahan plastik yang tidak ramah lingkungan. Selain itu, proses pembuatan kerajinan clay yang bersifat handmade juga mengurangi emisi karbon dan mendukung upaya pelestarian lingkungan.
4. **Harga Terjangkau:** Kualitas premium yang ditawarkan produk kerajinan clay diimbangi dengan harga yang terjangkau. Hal ini memungkinkan produk kami untuk diakses oleh berbagai kalangan masyarakat dan menjadi alternatif pilihan yang lebih menarik dibandingkan dengan produk dekorasi lain yang lebih mahal.

Tantangan dalam menjalankan usaha kerajinan clay

1. Tantangan Produksi

- a) **Kualitas Bahan Baku :** Memilih bahan clay yang berkualitas agar hasil produk kuat, tahan lama, dan tidak mudah retak.
- b) **Proses Pengerjaan yang Detail :** Membutuhkan keterampilan dan ketelitian tinggi untuk menghasilkan dekorasi yang rapi dan menarik.
- c) **Waktu Produksi :** Pembuatan produk clay bisa memakan waktu lama, terutama untuk desain yang rumit dan custom order.
- d) **Ketahanan Produk :** Beberapa jenis clay rentan terhadap perubahan suhu dan kelembaban, yang bisa mempengaruhi daya tahan produk.

2. Tantangan Pemasaran

- a) **Persaingan Pasar :** Banyaknya produk dekorasi lain yang lebih murah atau lebih dikenal bisa menjadi tantangan dalam menarik pelanggan.
- b) **Brand Awareness :** Memerlukan usaha ekstra dalam membangun citra dan mengenalkan produk kepada calon pelanggan.
- c) **Target Pasar yang Spesifik :** Tidak semua orang tertarik dengan produk handmade atau dekorasi berbahan clay, sehingga perlu strategi pemasaran yang tepat.

3. Tantangan Finansial

- Modal Awal : Investasi awal diperlukan untuk bahan baku, alat, dan pemasaran.
- Harga Jual vs. Biaya Produksi : Menentukan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan profitabilitas bisa menjadi tantangan.
- Fluktuasi Permintaan : Produk dekorasi bisa bersifat musiman atau tergantung tren, yang mempengaruhi stabilitas pendapatan.

4. Tantangan Inovasi dan Tren

- Mengikuti Tren Pasar : Tren dekorasi selalu berubah, sehingga perlu inovasi terus-menerus agar produk tetap diminati.
- Pengembangan Produk : Harus terus berkreasi dan menghadirkan variasi produk agar bisnis tetap berkembang dan tidak kalah saing

Laporan Keuangan

Modal

No	Nama barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Harga Total
1	Clay	3	Kg	55,000	165,000.00
2	Kuas	1	Pack	10,000.00	10,000.00
3	Cat Warna	5	pcs	12,000.00	60,000.00
4	Cutter	2	pcs	7,000.00	14,000.00
5	Plastik Kemasan	10	pcs	1,500.00	15,000.00
6	Listrik dan air	1	Bulan	300,000.00	300,000.00
Total					564,000.00

HPP (Harga Pokok Penjualan)

Bahan Pokok					
No	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	harga Satuan	Harga Total
1	Clay	3	Kg	55,000.00	165,000.00
Bahan Penunjang					
1	Kuas	1	Pack	10,000.00	10,000.00
2	Cat Warna	5	pcs	12,000.00	60,000.00
3	Cutter	2	pcs	7,000.00	14,000.00
4	Plastik Kemasan	10	pcs	1,500.00	15,000.00
Biaya Operasional					
1	Biaya Ongkir			10,000.00	10,000.00
Total					274,000.00
HPP Satuan					22,832.00

Laporan Laba Rugi

Laporan Keuangan Laba Rugi			
Kategori Laporan			
Pendapatan Usaha			
Penjualan Clay Tray			450,000.00
Beban Usaha			
Clay		165,000.00	
Kuas		10,000.00	
Cat Warna		60,000.00	
Cutter		14,000.00	
Plastik Kemasan		15,000.00	
Biaya Ongkir		10,000.00	
Jumlah Beban			274,000.00
Laba Bersih			176,000.00

BEP UNIT

$$\frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya Variabel Per unit}}$$

$$\frac{274.0000}{30.000 - 22.832} = 38 \text{ unit}$$

BEP RUPIAH

$$\frac{274.000}{1 - \left(\frac{22.832}{30.000}\right)} = \frac{274.000}{0,23893} = \text{Rp. 1.147.048}$$

Jadi untuk mencapai titik impas (BEP), harus menjual minimal 38 unit.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan proposal yang telah disusun, dapat disimpulkan bahwa usaha kerajinan clay dalam bentuk wadah gelas dan asbak memiliki prospek yang menjanjikan sebagai produk handmade yang bernilai estetika dan fungsional. Dengan memanfaatkan bahan ramah lingkungan serta teknik pembuatan yang kreatif, produk ini mampu menarik minat berbagai segmen pasar, termasuk pecinta dekorasi, mahasiswa, pekerja, serta kafe dan restoran yang ingin memiliki peralatan unik.

Strategi pemasaran yang diterapkan menggabungkan promosi digital dan offline, termasuk media sosial, marketplace, endorsement, serta partisipasi dalam bazar dan pameran. Selain itu, metode produksi yang efisien, serta perhitungan keuangan menunjukkan bahwa usaha ini dapat menghasilkan keuntungan yang kompetitif dengan biaya produksi yang relatif rendah. Dengan inovasi dalam desain, pemasaran yang efektif, serta pengelolaan bisnis yang baik, usaha ini berpotensi berkembang lebih luas di pasar lokal maupun nasional.

SARAN

1. Inovasi Produk – Menambahkan variasi desain dan fungsionalitas agar semakin menarik bagi konsumen.
2. Peningkatan Kualitas – Menggunakan bahan berkualitas tinggi serta teknik finishing yang lebih baik agar produk lebih tahan lama.
3. Peningkatan Pemasaran – Memperluas jangkauan pemasaran dengan strategi digital yang lebih agresif, seperti kolaborasi dengan influencer dan iklan berbayar.
4. Ekspansi Pasar – Mempertimbangkan kerja sama dengan toko souvenir, kafe, atau hotel untuk menjual produk secara lebih luas.

Dengan adanya pengembangan lebih lanjut, usaha ini diharapkan dapat berkembang menjadi bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Setiasih, N. W., & Setiawan, G. H. (2020). IRT Kerajinan Tangan Clay Oleh-Oleh Khas Bali. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(1), 1-5.
- Ekosaputro, B. (2022). *PERENCANAAN BISNIS KREATIF DARI CLAY "LITTLE STAR'S COLLECTION"* (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Seran, E. Y., Awang, I. S., Pelipa, E. D., & Marganingsih, A. (2024). PENGOLAHAN RECYCLE PAPER MENJADI KERAJINAN TANGAN PAPIER MACHE CLAY SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PEMBELAJARAN SBDP DI SEKOLAH DASAR NEGERI 6 NANGA NUAH KECAMATAN ELLA HILIR KABUPATEN MELAWI. *JPPM: Jurnal Pelayanan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 57-63.
- Sagitha, D. *Tinjauan Visual Kerajinan Clay Karya Monica Harijati di Jl Darmo Indah Selatan Viii/ff 26 Surabaya* (Doctoral dissertation, State University of Surabaya).