


## Pengembangan Sentra Pengrajin Keris Melalui Strategi Pemasaran Terintegrasi Menggunakan *Platform Marketplace* di Desa Aeng Tongtong Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Nurul Hidayat<sup>1</sup>, Jannatul Firdaus<sup>2</sup>, Hertin Khalifatun Nisa Arifah<sup>3</sup>, Any Sani'atin<sup>4</sup>, Edi Awan<sup>5</sup>, Nur Diana Khalida<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Bahaudin Mudhary Madura

E-mail: [nurulhidayat@unibamadura.ac.id](mailto:nurulhidayat@unibamadura.ac.id)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.650>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 04 May 2025

Revised: 08 May 2025

Accepted: 13 May 2025

#### Kata Kunci:

Pengrajin Keris Desa Aeng Tongtong, Strategi Pemasaran Terintegrasi, Platform Marketplace.

#### Keywords:

Aeng Tongtong Village Keris Craftsmen, Integrated Marketing Strategy, Marketplace Platform.



### ABSTRACT

Warisan budaya keris di Desa Aeng Tongtong memiliki potensi ekonomi lokal yang unik. Namun, produksi dan pemasaran keris memerlukan peningkatan. Sentra kerajinan keris di desa ini telah berkembang dan menjadi tujuan wisata utama di Kabupaten Sumenep. Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan pengrajin keris melalui Strategi Pemasaran Terintegrasi menggunakan Platform Marketplace. Kegiatan melibatkan survei awal, pelatihan teknis, dan konsep tata kelola bisnis yang baik. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan keris melalui Strategi Pemasaran Terintegrasi menggunakan Platform Marketplace. Para pengrajin juga mampu menerapkan teknik modern dan prinsip tata kelola bisnis yang efisien.

The keris cultural heritage in Aeng Tongtong Village has unique local economic potential. However, keris production and marketing need improvement. The keris craft center in this village has developed and become a major tourist destination in Sumenep Regency. This community service aims to empower keris craftsmen through an Integrated Marketing Strategy using the Marketplace Platform. The activities involved initial surveys, technical training, and good business governance concepts. The results showed a significant increase in keris sales through the Integrated Marketing Strategy using the Marketplace Platform. The craftsmen were also able to apply modern techniques and efficient business governance principles.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Nurul Hidayat et al.(2025) Pengembangan Sentra Pengrajin Keris Melalui Strategi Pemasaran Terintegrasi Menggunakan *Platform Marketplace* di Desa Aeng Tongtong Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. 3(4) 1291-1296, doi:<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.650>

### PENDAHULUAN

Keris, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, memiliki nilai seni dan sejarah yang sangat tinggi. Sebagai simbol identitas budaya, keris telah dikenal luas tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di dunia internasional. Namun, di balik nilai budayanya yang luhur, pengrajin keris di Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep, Madura, masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan pemasaran produk mereka. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran online dan kurangnya platform pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan keris kepada pasar yang lebih luas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (2018).

Desa Aeng Tongtong dikenal sebagai salah satu pusat pengrajin keris dengan jumlah empu terbanyak di dunia. Meskipun demikian, para pengrajin keris di desa ini masih kesulitan dalam

memasarkan produk mereka secara optimal. Banyak pengrajin yang masih bergantung pada pasar lokal yang terbatas, sehingga akses pasar yang lebih luas belum tercapai (Suranto, *et al*, 2023). Berdasarkan kondisi ini, diperlukan sebuah pendekatan yang dapat mengoptimalkan potensi pemasaran keris, salah satunya melalui strategi pemasaran terintegrasi dengan memanfaatkan platform marketplace digital (Brown, 2023).

Pemasaran digital melalui platform marketplace menawarkan peluang yang besar dalam meningkatkan akses pasar dan penjualan produk keris. Penggunaan strategi pemasaran terintegrasi, yang melibatkan media sosial, pemasaran online, dan pembuatan profil perusahaan atau katalog produk, dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing keris dari Desa Aeng Tongtong (Smith, J, 2022). Sebagai langkah awal, pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan para pengrajin keris melalui pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran online, serta membangun platform marketplace yang dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka (Junaidi & Lestari, 2020).

Program pengabdian ini diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat Desa Aeng Tongtong. Dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan pengrajin dalam merencanakan strategi pemasaran, diharapkan mereka dapat mengembangkan sentra pengrajin keris yang lebih efisien dan modern (Alma, 2016). Melalui pelatihan dan implementasi pemasaran digital, para pengrajin diharapkan dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan pendapatan, serta memperkenalkan budaya keris ke khalayak yang lebih besar (Kurniawan & Putra 2022).

Dalam upaya ini, penelitian ini akan merancang dan menerapkan strategi pemasaran terintegrasi menggunakan platform marketplace untuk mendukung pengembangan sentra pengrajin keris di Desa Aeng Tongtong. Diharapkan, melalui langkah-langkah tersebut, keris dapat kembali mendapat tempat yang lebih baik di pasar global dan budaya keris di Indonesia, khususnya di Sumenep, dapat terus berkembang dan terpelihara.

## METODE

Dalam rangka pengembangan sentra pengrajin keris di Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep, pengabdian masyarakat ini mengadopsi pendekatan partisipatif dan penerapan strategi pemasaran terintegrasi menggunakan platform marketplace digital. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengrajin keris dalam mengelola dan memasarkan produk mereka secara efektif melalui teknologi digital. Metode yang diterapkan dalam pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan utama sebagai berikut:

### 1. Pelatihan Pemasaran Online untuk Pengrajin Keris

Pelatihan pemasaran online menjadi langkah awal yang penting untuk meningkatkan pengetahuan pengrajin keris tentang pemasaran digital dan penggunaan platform marketplace. Dalam sesi workshop ini, pengrajin akan diberikan materi terkait pemasaran terintegrasi, mulai dari cara mengelola produk keris di platform marketplace, hingga strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk keris (Adcharina, *et al*, 2017). Melalui pelatihan ini, diharapkan para pengrajin dapat memahami pentingnya kehadiran digital dalam dunia pemasaran modern dan memanfaatkan platform marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pendekatan ini juga akan mengajarkan pengrajin untuk membuat konten produk yang menarik, menyusun deskripsi produk yang informatif, serta mengoptimalkan pencarian produk di marketplace (Santoso, 2021).

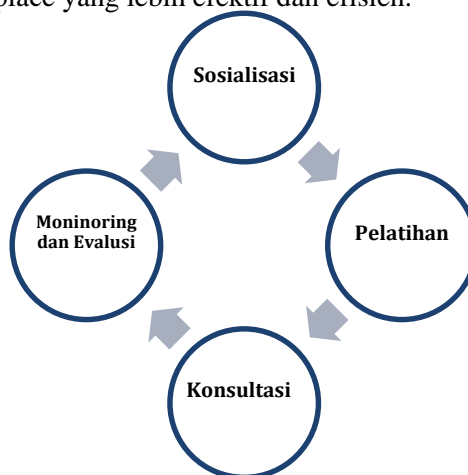
### 2. Konsultasi Individu dalam Pembuatan dan Pengembangan Platform Marketplace

Setelah pelatihan, tahap berikutnya adalah memberikan konsultasi individu bagi para pengrajin keris. Setiap pengrajin akan mendapat panduan khusus mengenai cara mengoptimalkan pemasaran produk mereka menggunakan strategi pemasaran yang terintegrasi dalam platform marketplace. Konsultasi ini melibatkan penyesuaian khusus dengan kebutuhan masing-masing pengrajin, termasuk cara membuat akun toko di platform marketplace, cara upload produk, serta tips dalam memasarkan produk agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Melalui konsultasi ini, para pengrajin diberikan ruang untuk berkonsultasi secara langsung, memecahkan masalah yang mereka hadapi, serta memaksimalkan potensi produk keris yang mereka miliki (Suryanto & Hadi, 2020).

### 3. Monitoring dan Evaluasi

Tahap terakhir adalah proses monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan secara berkala untuk menilai implementasi strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh para pengrajin keris. Tim pengabdian akan mengukur sejauh mana hasil yang telah dicapai, baik dari segi peningkatan penjualan, keterlibatan pengrajin dalam platform marketplace, maupun efektivitas penggunaan teknologi dalam pemasaran produk keris. Evaluasi ini bertujuan untuk memberikan umpan balik kepada pengrajin tentang hal-hal yang perlu diperbaiki dan juga untuk mengetahui dampak dari pelatihan dan konsultasi yang telah diberikan. Proses evaluasi ini juga berfungsi untuk mengidentifikasi potensi masalah atau tantangan yang mungkin dihadapi oleh para pengrajin, serta mencari solusi yang lebih efektif untuk keberlanjutan pengembangan sentra keris di Desa Aeng Tongtong Widiastuti & Setiawan (2022).

Dengan menerapkan pendekatan ini, diharapkan para pengrajin dapat mengembangkan keterampilan pemasaran mereka, meningkatkan penjualan produk keris, dan memperluas jangkauan pasar melalui platform marketplace yang lebih efektif dan efisien.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, penjualan, dan ekonomi lokal melalui strategi pemasaran terintegrasi menggunakan platform marketplace. Berikut adalah hasil yang dicapai melalui pelaksanaan program ini:

### 1. Peningkatan Pengetahuan Pengrajin

Salah satu hasil yang signifikan dari pengabdian ini adalah peningkatan pengetahuan para pengrajin keris mengenai strategi pemasaran terintegrasi dan manajemen produk. Melalui pelatihan dan workshop pemasaran online, pengrajin keris di Desa Aeng Tongtong kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya kehadiran digital dan pemasaran melalui platform marketplace. Mereka juga belajar bagaimana mengelola produk mereka secara lebih profesional, membuat deskripsi produk yang menarik, serta menggunakan media sosial untuk mempromosikan keris. Pengetahuan ini memungkinkan para pengrajin untuk lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat di era digital (Kurniawan & Putra 2022).

### 2. Peningkatan Penjualan

Implementasi platform marketplace memberikan dampak langsung terhadap peningkatan penjualan produk keris. Sebelumnya, produk keris hanya dapat dijangkau oleh pasar lokal yang terbatas. Setelah menggunakan platform marketplace, produk keris dari Desa Aeng Tongtong lebih mudah diakses oleh konsumen di luar daerah, bahkan di luar negeri. Dengan adanya akses yang lebih luas, produk keris dapat dikenal oleh khalayak yang lebih besar, yang berujung pada peningkatan penjualan. Platform marketplace juga memberikan kemudahan bagi pengrajin dalam melakukan transaksi secara online, yang mempercepat proses pemasaran dan distribusi produk (Suryanto & Hadi, 2020).

### 3. Peningkatan Ekonomi Lokal

Salah satu dampak positif lainnya adalah peningkatan ekonomi lokal di Desa Aeng Tongtong. Dengan adanya peningkatan penjualan melalui pemasaran online, pendapatan para pengrajin keris

meningkat. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi pengrajin keris secara individu, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perekonomian desa secara keseluruhan. Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan pengrajin untuk mengembangkan usaha mereka, merekrut tenaga kerja lokal, dan memperbaiki kualitas produk keris yang dihasilkan. Peningkatan ekonomi ini juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat setempat dan menjaga kelangsungan budaya pembuatan keris di daerah tersebut Widiastuti & Setiawan (2022).

**Diskusi**

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep bertujuan untuk mengembangkan sentra pengrajin keris melalui penerapan strategi pemasaran terintegrasi menggunakan platform marketplace. Melalui program ini, diharapkan pengrajin keris di Desa Aeng Tongtong dapat mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk keris. Berdasarkan hasil sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang dilakukan, terdapat beberapa pencapaian penting yang dapat didiskusikan.



Gambar 1 Proses pembuatan keris di Lokasi desa Aeng Tongtong

Tabel 1 Hasil Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan

Aspek	Sebelum Pengabdian	Setelah Pengabdian
<b>Pengetahuan tentang Pemasaran Online</b>	Pengrajin minim pengetahuan mengenai pemasaran digital dan platform marketplace.	Pengrajin memiliki pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran terintegrasi dan menggunakan platform marketplace untuk memasarkan keris.
<b>Pengelolaan Produk</b>	Pengrajin hanya mengandalkan pemasaran konvensional dan belum mengelola produk secara digital.	Pengrajin dapat mengelola produk secara lebih profesional melalui pembuatan katalog produk dan deskripsi yang menarik di platform marketplace.
<b>Akses Pasar</b>	Produk keris hanya tersedia di pasar lokal dan terbatas pada konsumen tertentu.	Produk keris dapat diakses oleh konsumen di luar daerah dan internasional, membuka peluang pasar yang lebih luas.
<b>Pemasaran dan Promosi</b>	Tidak ada promosi melalui platform digital atau media sosial.	Pengrajin aktif memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk mempromosikan produk mereka secara lebih terarah.
<b>Penjualan Produk</b>	Penjualan terbatas pada pasar lokal dengan volume yang rendah.	Penjualan meningkat karena produk keris dapat ditemukan oleh lebih banyak konsumen dari berbagai wilayah.
<b>Pendapatan Ekonomi Lokal</b>	Pendapatan pengrajin terbatas pada pasar lokal.	Pendapatan pengrajin meningkat, berdampak pada peningkatan ekonomi lokal di Desa Aeng Tongtong.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Aeng Tongtong telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pengetahuan pengrajin keris, memperluas pasar, dan meningkatkan ekonomi lokal. Peningkatan pengetahuan mengenai pemasaran digital dan pemanfaatan platform marketplace telah mengubah cara pengrajin memandang pemasaran, yang sebelumnya bergantung pada cara tradisional.

Dengan adanya akses pasar yang lebih luas melalui marketplace, produk keris tidak lagi terbatas pada pasar lokal. Hal ini berkontribusi pada peningkatan penjualan dan memberikan kesempatan bagi pengrajin untuk memperkenalkan budaya keris ke dunia internasional. Dampak yang lebih luas dari program ini juga dapat dirasakan oleh masyarakat desa, yang turut merasakan peningkatan ekonomi dari perkembangan industri keris.

Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti kebutuhan untuk pelatihan berkelanjutan dan pendampingan lebih intensif untuk memastikan bahwa pengrajin dapat terus memanfaatkan teknologi dengan maksimal. Selain itu, pengrajin juga perlu lebih terbiasa dengan teknik pemasaran digital yang dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar yang cepat. Keberlanjutan program ini sangat penting untuk memastikan bahwa hasil yang telah dicapai dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut.

### SIMPULAN

Pengabdian masyarakat di Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep, berhasil meningkatkan pengetahuan pengrajin keris mengenai pemasaran digital dan pemanfaatan platform marketplace. Hal ini memperluas akses pasar produk keris, yang sebelumnya terbatas pada pasar lokal, ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Peningkatan penjualan produk keris berimbas pada peningkatan pendapatan pengrajin, yang turut mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Meskipun telah mencapai hasil yang signifikan, program ini masih memerlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutannya dan adaptasi terhadap perubahan tren pasar. Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan dampak positif bagi pengrajin dan ekonomi desa serta memperkuat budaya keris di Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa Aeng Tongtong, para pengrajin keris, dan semua pihak yang mendukung pengabdian ini. Terima kasih juga kepada fakultas, staf, dan mahasiswa yang berkontribusi dalam penerapan strategi pemasaran dan penggunaan platform marketplace. Kami juga menghargai dukungan dari mitra, pemangku kepentingan, serta keluarga dan teman-teman yang memberikan semangat. Semoga proyek ini dapat mendukung pengembangan dan pelestarian keris di Sumenep.

### REFERENSI

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2018). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Junaidi, A., & Lestari, Y. (2020). *Pemasaran Digital dan Implementasi dalam Industri Kerajinan Lokal*. *Jurnal Ilmiah Pemasaran*, 15(2), 78-90.
- Kurniawan, S., & Putra, M. (2022). *Strategi Pemasaran Terintegrasi dalam Industri Kreatif: Peluang dan Tantangan*. Jakarta: Gramedia.
- Brown, R. (2023). *Manajemen Produk untuk Pengrajin*. Penerbit ABC.
- Santoso, M. (2021). *Pengembangan Sentra Kerajinan Melalui Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Suryanto, D., & Hadi, N. (2020). *Digital Marketing dalam Industri Kerajinan: Penerapan dan Tantangannya*. *Jurnal Pemasaran Digital*, 13(1), 45-59.
- Widiastuti, E., & Setiawan, A. (2022). *Strategi Pemasaran Terintegrasi untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Era Digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Smith, J. (2022). *Strategi Pemasaran Terintegrasi*. Penerbit XYZ.

- Suranto, Ratih Pratiwi, Nurgiyatna, Adcharina Pratiwi, Restu Afrianto Rahman. (2023). *Model Pemasaran Batik Berbasis Digital Industri Kreatif di Indonesia*. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1).
- Adcharina, Asri, Mohamad, H., & Pinta, S. R. H. (2017). *Empowerment of Entrepreneur Batik in Masaran Sragen*. *Science Engineering Research*, 3(6), 189–194
- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Alfabeta, Bandung.