



PENGUATAN EKONOMI DAN STRATEGI PEMASARAN UMKM BATU BATA DI DESA KLENANG LOR, KECAMATAN BANYUANYAR, KABUPATEN PROBOLINGGO

Nuril Kamilah¹, Novita Ramdani², Sollah solehuiddin³

^{1,3} Universitas Islam Zainul Hasan Genggong.

* Korespondensi Penulis. Email: nurilkamilah014@gmail.com , Telp: +

Abstrak

Brick making is one of the UMKM in Klenang Lor Village. However, due to the ineffectiveness of the marketing strategy and the absence of an organizational organization that can organize and become a forum for brick artisans, it is not possible to optimize brick UMKM to become a superior commodity which can become one of the characteristics of Klenang Lor Village. The methods to explore these characteristic use community development methods that emphasize the business or potential of the community to integrate with the resources owned by the government to improve the economic, social, and cultural conditions of the community. Efforts to strengthen the economy of the Klenang Lor village community, UMKM development were carried out in the form of marketing products with a transparent system, starting from organizational arrangements, partners or channels in development and marketing strategies. UMKM development efforts are carried out by making brick videos and photos involving UMKM participants and uploading them to several social media platforms.

Kata Kunci: UMKM, Brick, Marketing Strategy, Economic Strengthening

Abstract

Pembuatan batu bata merupakan salah satu UMKM yang terdapat di Desa Klenang Lor. Namun karena kurang efektifnya strategi pemasaran serta belum ada organisasi semacam koperasi yang mampu mengorganisasi dan menjadi wadah bagi perajin batu bata, sehingga kurang mampu mengoptimalkan UMKM batu bata untuk menjadi suatu komoditas unggul yang dapat menjadi salah satu ciri khas dari Desa Klenang Lor tersebut. Metode untuk mengurai hal tersebut menggunakan metode Asset-Based Community Development yang menekankan usaha atau potensi yang dimiliki masyarakat diintegrasikan dengan sumber daya yang dimiliki pemerintah untuk memperbaiki kondisi ekonomi, sosial, dan kebudayaan masyarakat. Dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat Desa Klenang Lor, dilakukan pengembangan UMKM berupa

memasarkan produk dengan sistem yang jelas mulai dari pengaturan keorganisasian, mitra atau channel dalam pengembangan dan strategi pemasaran. Upaya pengembangan UMKM dilakukan dengan pembuatan video dan foto batu bata yang melibatkan pelaku UMKM dan mengunggahnya ke beberapa platform sosial media.

Keywords: *UMKM, Batu Bata, Strategi Marketing, Penguatan Ekonomi.*

PENDAHULUAN

Batu bata merah merupakan bata yang dibuat dari tanah yang dicetak kemudian dibakar dengan suhu tinggi sehingga menjadi benar-benar kering, mengeras, dan berwarna kemerah-merahan. Tanah yang digunakan agak liat sehingga bisa menyatu saat proses pencetakan. Rumah yang dindingnya dibangun dari material jenis ini terasa lebih nyaman dan sejuk. Selain lebih kuat dan kokoh serta tahan lama, jarang sekali terjadi keretakan dinding yang dibangun dari material bata merah.

Mayoritas masyarakat Desa Kenang Lor bermata pencaharian sebagai pembuat batu bata. Namun, saat ini pembuatan batu bata tersebut mengalami penurunan. Hal itu, disinyalir karena tanah liat yang digunakan sebagai bahan pembuatan batu bata semakin lama semakin berkurang. Selain itu, kurangnya penguasaan teknologi dan sistem pemasaran juga menjadi kendala dalam produktivitas UMKM di Desa Klenang Lor. Persebaran informasi produksi batu bata di Desa Klenang Lor tidak tersebar secara luas. Musim penghujan pun menjadi bagian dari kendala penurunan proses produksi oleh mayoritas perajin batu bata. Dapat diartikan bahwa produktivitas batu bata saat musim kemarau akan lebih banyak dibandingkan saat musim penghujan. Jadi dampaknya menyebabkan menurunnya nilai jual batu bata yang diproduksi.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang dalam menguatkan ekonomi umkm batu bata di desa klenang lor, serta Menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk batu bata lokal di pasar yang semakin kompetitif. Dengan mempertimbangkan faktor faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi umkm batu bata. Artikel ini menyajikan rekomendasi strategis untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ini. Melalui pendekatan ini, di harapkan umkm batu bata di desa klenang lor dapat menjadi motor penggerak utama dalam menguatkan ekonomi local serta mendorong Pembangunan berkelanjutan di Tingkat desa.

METODE

Metode diartikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur dan sistematis serta memiliki tujuan tertentu, baik praktis maupun teoritis . Dalam proses program penguatan ekonomi dan strategi pemasaran UMKM batu bata menggunakan metode community development. Metode ini merupakan proses membangun dan memperkuat struktur masyarakat berupa komunitas agar menjadi suatu entitas yang otonom dan bisa menyelenggarakan kehidupannya secara mandiri serta melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia. Dengan menggunakan metode community development diperoleh dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara melakukan observasi dan wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan cara mencari literatur atau referensi baik dari buku, jurnal maupun internet yang memiliki keterkaitan dengan program penguatan ekonomi dan strategi pemasaran UMKM batu bata. Selanjutnya. community development lebih menekankan pada upaya pemenuhan kebutuhan oleh masyarakat sendiri dengan ide utama keberlanjutan dalam penyelenggaraan kebutuhan hidup manusia karena dikembangkannya keswadayaan.

Dalam metode community development ada beberapa tahapan. Pertama, tahap engagement yaitu proses pendekatan awal yang dilakukan dalam pengembangan masyarakat. Kedua, tahap assesment adalah proses pengidentifikasian berbagai masalah dan kebutuhan yang ada di masyarakat. Ketiga, tahap perencanaan program, dalam tahap perencanaan program dilakukan proses manajemen terkait pelaksanaan program. Keempat, tahap implementasi, tahap implementasi lebih menekankan pada kegiatan yang dilakukan berdasar perencanaan awal yang telah disepakati bersama. Dan yang kelima adalah tahap evaluasi, tahap ini dilakukan dengan pengidentifikasian untuk mengukur atau menilai apakah program yang dilaksanakan sudah sesuai dengan perencanaan atau tujuan yang ingin dicapai. Dalam proses program penguatan ekonomi dan strategi pemasaran UMKM batu bata di Desa Klenang Lor tahap engagement dicapai dengan melakukan pendekatan pada masyarakat seperti ikut bergabung dalam proses pembuatan batu bata. Dalam tahap assesment, hasil pengidentifikasian diperoleh dari observasi dan wawancara mendalam. Teknik observasi yang digunakan adalah teknik observasi partisipatif. Mahasiswa KKN mendatangi dan mempelajari langsung mengenai kondisi dan situasi di lapangan. Wawancara dilakukan sebagai proses pembuktian dan pencarian data lebih mendalam mengenai informasi terkait UMKM batu bata di Desa Klenang Lor. Dalam tahap perencanaan, dilalui dengan melakukan rapat internal kelompok mahasiswa KKN. Selanjutnya dalam tahap implementasi dilakukan kegiatan penyebaran video branding dan marketing

UMKM batu bata di media sosial. Terakhir, berada pada tahap evaluasi dilakukan dengan cara menilai sejauh mana program kerja yang disusun dapat terlaksana atau tidak.

I. METODE PENDAMPING

A. Strategi Yang Digunakan

Dalam penelitian berbasis pendampingan ini, peneliti menggunakan pendekatan ABCD. Pendekatan ABCD digunakan sebagai perbaikan kualitas kehidupan manusia dengan pola pembangunan yang menempatkan manusia sebagai pelaku utama, pendekatan ini adalah sebuah usaha yang memastikan bahwa kegiatan pembangunan selanjutnya menempatkan posisi manusia untuk dapat mengembangkan kapasitasnya sesuai dengan segala potensi dan aset yang dimilikinya.

ABCD digunakan sebagai pendekatan dalam pengabdian karena sebagai upaya peningkatan kapasitas masyarakat agar memiliki daya untuk mengenali dan memanfaatkan segala kekuatan dan aset yang dimiliki untuk kebaikan bersama. ABCD (Aset-Based Community Development) dianggap sebagai pendekatan yang tepat untuk persoalan tersebut karena pendekatan ABCD merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang berada dalam aliran besar mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat menjadi pelaku dan penentu upaya pembangunan di lingkungannya atau seringkali disebut dengan *community-driven development* (cdd).

B. Langkah - Langkah Dalam Pendamping

Dengan menggunakan metode ABCD kami melakukan analisis kondisi masjid yang menjadi dampingan pusat KKN – PKM di Desa Klenang Lor Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo dengan menerapkan hasil tahapan pelaksanaan KKN-PKM menggunakan pendekatan ABCD. Masjid Miftahul Jannah tepatnya di Desa Klenang Lor Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo ini menjadi pusat ibadah bagi Masyarakat sekitarnya, Akan tetapi hanya sebagian warga yang melaksanakan kegiatan di masjid tersebut seperti sholat jama'ah dan mungkin warga yang aktif di dalam masjid Miftahul Jannah ini yang mungkin sudah pernah menginjak tanah pesantren.

Namun dari wahana religius yang kami temui di Desa Klenang Lor Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Probolinggo juga menyimpan berbagai potensi menarik didalamnya sehingga potensi tersebut bisa dimanfaatkan oleh warga sekitar, salah satunya adalah Produksi Batu Bata.

Batu bata adalah bahan bangunan yang telah lama dikenal dan dipakai oleh masyarakat baik di pedesaan maupun diperkotaan yang berfungsi untuk bahan bangunan konstruksi. Batu bata merah merupakan bata yang dibuat dari tanah liat.

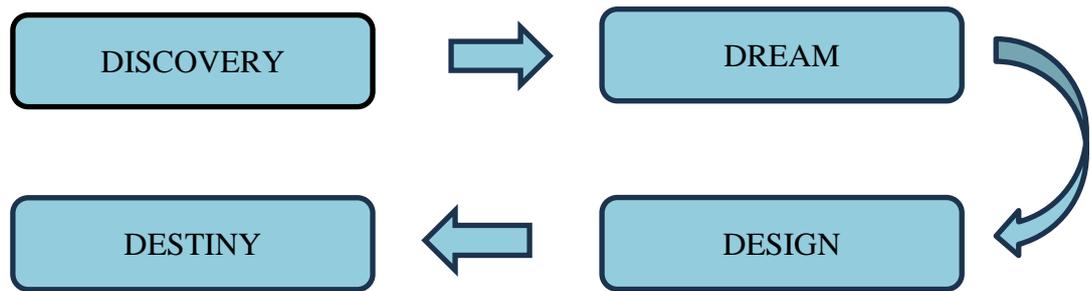
Tanah liat merupakan bahan dasar dalam pembuatan batu bata yang memiliki sifat plastis dan susut kering. Sifat plastis pada tanah liat sangat penting untuk mempermudah dalam proses awal pembuatan batu bata. Apabila tanah liat yang dipakai terlalu plastis, maka akan mengakibatkan batu bata yang dibentuk mempunyai sifat kekuatan kering yang tinggi sehingga akan mempengaruhi kekuatan, penyusutan, dan mempengaruhi hasil pembakaran batu bata yang sudah jadi. Dan tanah yang digunakan agak liat sehingga bisa menyatu saat proses pencetakan. Tanah liat yang dibakar akan mengalami perubahan warna sesuai dengan zat-zat yang terkandung didalamnya (Suirna Juarnisa Syahland, 2016). Rumah yang dindingnya dibangun dari material jenis ini terasa lebih nyaman dan sejuk. Selain lebih kuat dan kokoh serta tahan lama, jarang sekali terjadi keretakan dinding yang dibangun dari material bata merah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pabrik batu bata yang dibangun masyarakat untuk memproduksi batu bata. Penggunaan batu bata banyak digunakan untuk aplikasi teknik sipil seperti dinding pada bangunan perumahan, bangunan gedung, pagar, saluran dan pondasi.

Langkah-langkah pemberdayaan yang akan diterapkan di Desa Gunung Geni menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan metode ABCD yaitu:

1. Appreciative Inquiry.

Appreciative Inquiry dikembangkan pada tahun 1980-an oleh David Cooperrider, beliau adalah seorang profesor di Weatherhead School of Management di Case Western Reserve University. Appreciative Inquiry adalah cara untuk melakukan perubahan organisasi berdasarkan asumsi yang sederhana yaitu bahwa setiap organisasi memiliki sesuatu yang bekerja dengan baik, sesuatu yang menjadikan organisasi hidup, efektif dan berhasil, serta

menghubungkan organisasi tersebut dengan komunitas dan stackholdernya dengan cara yang sehat. Cara ini tidak menganalisis akar masalah dan solusi tetapi lebih terfokus kepada bagaimana memperbanyak hal – hal positif dalam organisasi. Proses Appreciative Inquiry terdiri dari 4 tahapan yaitu Discovery, Dream, Design, Destiny diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1. Ilustrasi Langkah-langkah Pendampingan

a) Tahapan Discovery

Adalah tahapan proses pencarian aset yang mendalam tentang hal – hal positif, hal – hal terbaik yang pernah dicapai, dan pengalaman – pengalaman keberhasilan di masa lalu. Dalam dampingan ini dilakukan dengan silaturahmi ke rumah tokoh masyarakat sebagai upaya menemukan hal – hal positif atau sesuatu yang dapat dikembangkan.



Gambar 2. Silaturahmi ke Tokoh Masyarakat

b) Tahapan Dream

Pada tahap ini, berdasarkan informasi yang diperoleh dari tahapan sebelumnya, orang kemudian mulai membayangkan masa depan yang

diharapkan. Pada tahap ini masyarakat mulai mengeksplorasi harapan dan impian mereka baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk organisasi. Pada tahap ini juga orang – orang memikirkan hal – hal besar dan berpikir out of the box serta membayangkan hasil – hasil yang ingin dicapai.

c) Tahapan Design

Pada tahap ini, orang mulai merumuskan strategi, proses dan sistem, membuat keputusan dan mengembangkan kelaorasi yang mendukung terwujudnya perubahan yang diharapkan.

d) Tahap Destiny

Tahap Destiny adalah tahap dimana setiap orang dalam organisasi mengimplementasikan berbagai hal yang sudah dirumuskan pada tahap Destiny. Tahap ini berlangsung ketika organisasi secara kontinyu menjalankan perubahan, memantau perkembangannya, dan mengembangkan dialog, pembelajaran dan inovasi – inovasi baru.

2. Pemetaan Komunitas (Community Mapping)

Pemetaan Komunitas (Community Mapping) merupakan visualisasi pengetahuan dan persepsi berbasis masyarakat mendorong pertukaran informasi dan menyetarakan kesempatan bagi semua anggota masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses yang mempengaruhi lingkungan dan kehidupan mereka.

3. Penelusuran Wilayah (Transectoral)

Untuk menemukan aset fisik dan alam secara terperinci, Transectoral atau penelusuran wilayah adalah salah satu tehnik yang efektif. Transectoral adalah garis imajiner sepanjang suatu area tertentu untuk menangkap keragaman sebanyak mungkin. Dengan berjalan sepanjang garis itu dan mendokumentasikan hasil pengamatan, penilaian terhadap berbagai aset dan peluang dapat dilakukan. Misalnya dengan berjalan dari atas bukit ke kenbah sungai dan sisi lain, maka akan mungkin untuk melihat berbagai macam

vegetasi alam, penggunaan lahan, jenis tanah, tanaman, kepemilikan lahan, dan lain sebagainya.



Gambar 3. Maps Desa Klenang Lor

4. Pemetaan Asosiasi dan Instansi

Asosiasi merupakan proses interaksi yang mendasari terbentuknya lembaga-lembaga sosial yang terbentuk karena memenuhi faktor-faktor sebagai berikut: (1) kesadaran akan kondisi yang sama, (2) adanya relasi sosial, (3) dan orientasi pada tujuan yang telah ditentukan. Contoh: Asosiasi Dokter, Perkumpulan wasit, Asosiasi Guru. Instansi adalah norma atau aturan mengenai suatu aktivitas masyarakat yang khusus yang sifatnya mengikat dan relatif lama serta memiliki ciri-ciri tertentu yaitu simbol, nilai, aturan main, dan tujuan. Institusi dapat dibedakan menjadi institusi formal dan institusi non formal. Setelah diidentifikasi asosiasi dan instansi yang ada, maka komunitas dapat merumuskan peran asosiasi dan instansi tersebut didalam pengembangan komunitas. Dengan melihat peranan asosiasi/institusi di dalam komunitas, maka program pengembangan masyarakat dapat dimulai dengan mengidentifikasi kekuatan kolektif yang sudah ada untuk menginisiasi perubahan di komunitasnya, Semakin besarnya peranan asosiasi, maka percepatan pengembangan masyarakat.

5. Pemetaan Aset Individual (Individual Inventory Skill)

Metode/alat yang dapat digunakan untuk melakukan pemetaan individual asset antara lain kuisisioner, interview dan focus group discussion (FGD). Manfaat dari Pemetaan Individual Aset antara lain;

- 1) Membantu membangun landasan untuk memberdayakan masyarakat dan untuk saling ketergantungan dalam Masyarakat.
- 2) Membantu membangun hubungan dengan Masyarakat.
- 3) Membantu warga mengidentifikasi keterampilan dan bakat mereka sendiri.

6. Sirkulasi Keuangan (Leaky Bucket)

Perputaran ekonomi yang berupa kas, barang dan jasa merupakan hal yang tidak terpisahkan dari warga atau komunitas dalam kehidupan mereka sehari-hari. Seberapa jauh tingkat dinaminitas dalam pengembangan ekonomi lokal mereka dapat dilihat, seberapa banyak kekuatan ekonomi yang masuk dan keluar. Untuk mengenali, mengembangkan dan memobilisir aset-aset tersebut dalam ekonomi komunitas atau warga lokal diperlukan sebuah analisa dan pemahaman yang cermat. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam pendekatan ABCD (Asset-Based Community Development) adalah melalui Leacky Bucket.

7. Skala Prioritas (Low Hanging Friut)

Setelah komunitas mengetahui potensi, kekuatan dan peluang yang mereka miliki dengan melauai menemukan informasi dengan santun, pemetaan aset, penelusuran wilayah, pemetaan kelompok/institusi dan mereka sudah membangun mimpi yang indah maka langkah berikutnya, adalah bagaimana mereka bisa melakukan semua mimpimimpi mereka, karena keterbatasan ruang dan waktu maka tidak mungkin semua mimpi mereka diwujudkan. Skala prioritas adalah salah satu cara atau tindakan yang cukup mudah untuk diambil dan dilakukan untuk menentukan manakah salah satu mimpi mereka bisa direalisasikan dengan menggunakan potensi masyarakat itu sendiri tanpa ada bantuan dari pihak luar. Hal yang harus diperhatikan dalam low hanging skala prioritas adalah apa ukuran untuk sampai keputusan bahwa mimpi itulah yang menjadi prioritas. Siapakah yang paling berhak menentukan skala prioritas. Berikan kepercayaan dan

kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan skala prioritas sendiri. Setelah Pilihan ditentukan oleh masyarakat, maka langkah selanjutnya adalah design atau merencanakan kegiatan.



Gambar 4. Tempat Produksi Batu Bata

C. Pemilihan Subjek Pendampingan

Setelah mengamati beberapa aset yang ada di Desa Klenang Lor tepatnya di Kabupaten Probolinggo terdapat beberapa tempat produksi batu bata, adanya tempat tersebut adalah salah satu sumber perekonomian Masyarakat setempat, perkembangan produksi batu bata tersebut terbilang sudah berjalan dengan baik terutama dalam pemasarannya. Batu bata tersebut dijual di toko-toko bangunan dan bisa juga dikirim sampai ke daerah. Dan di Desa Klenang Lor sekarang ini ada konflik (masalah) mengenai pemasaran batu bata tersebut, karna apa? Karna untuk orang-orang sekarang yang ingin membangun rumah atau yang lainnya sebagian banyak menggunakan Batu Apung (*Batako*). Batako merupakan batu cetak yang tidak dibakar tetapi dipress (Gatut Susanta,2007). Dengan adanya batako penjualan batu bata di Klenang Lor agak sulit mencari pelanggan. Akan tetapi KKN-PKM UNZAH memiliki inovasi untuk pemasaran tersebut yaitu dengan cara menjual batu bata bukan saja dijual pada pelanggan tetap saja melainkan berjualan secara online melalui media social seperti; Instagram, Facebook, Whatsapp, You Tube bahkan di Shopee. Dengan itu pemasaran bukan hanya dari pelanggan tetap saja bahkan sampai luar kota atau luar negeri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dampak Perubahan

Batu bata merah merupakan salah satu jenis bahan bangunan utama yang sangat umum digunakan di Indonesia. Terutama di Desa Klenanag Lor, Kecamatan Banyuanyar, Kabupaten Probolinggo Sebagian warga mempunyai produksi batu bata. Dengan itu KKN UNZAH masyarakat terjun langsung pada masyarakat yang memiliki usaha batu bata merah untuk melakukan wawancara dan observasi terkait penjualan batu bata merah saat ini. Dari hasil wawancara yang telah kami lakukan diketahui bahwa system penjualan batu bata merah ini masih dalam lingkup kecil yang mengetahui adanya kerajinan batu bata merah ini, sehingga tingkat penjualan masyarakat masih disekitar agar dapat mencukupi kebutuhan dapur saja. Hal ini dilatarbelakangi dengan keadaan desa yang masih belum terlalu jauh tersentuh oleh media sosial sehingga banyak masyarakat yang belum begitu paham terkait penggunaan media sosial tersebut. Dari permasalahan tersebut Mahasiswa KKN UNZAH pada masyarakat mulai memperkenalkan dan memberikan pengetahuan pada masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi batu bata merah, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan masyarakat sebagai pengrajin batu bata merah. mencetak batu bata yang kemudian mereka jual dan pasarkan sendiri (Rohyani,2022). Pada UMKM ini ada beberapa bahan dan alat untuk membuat batu bata merah yaitu:

1. Bahan Baku Untuk Membuat Batu Bata

Tanah Liat, Air dan Abu Padi

2. Alat-Alat Untuk Membuat Batu Bata

Cangkul, Pencetak Batu Bata dari Kayu, Tungku Pembakaran, Kayu Bakar dan Batu Bata

Dan tahapan dalam proses pembuatan batu bata yaitu:

- Pertama, pengadonan yaitu proses pencampuran semua bahan berupa tanah ladu, tanah liat, dan sekam dengan komposisi 1:1:1 dengan

menggunakan air. Bahan yang sudah dicampur akan didiamkan selama kurang lebih satu malam dengan tujuan agar tanah-tanah yang mengeras menjadi lunak sehingga menghasilkan adonan yang sempurna.

- Kedua, penyetakan yaitu proses mencetak batu bata dengan menggunakan cetakan batu bata dari kayu yang terdiri 5—6 cetak batu bata. Perajin batu bata di sana tidak menggunakan alat cetak mesin karena dalam proses penyetakannya bisa saja tidak penuh sehingga akan membuat rongga pada batu bata dan mengakibatkan batu bata pecah. Selain karena kualitasnya, mahalnya biaya untuk membeli mesin cetak juga menjadi salah satu alasan mengapa mereka tidak memakai alat cetak mesin batu bata. Oleh karena itu, paraperajin batu bata di Desa Klenang Lor masih menggunakan cara tradisional dalam penyetakan batu bata. Setelah dicetak, batu bata dikeringkan sesaat.
- Ketiga, perapian yaitu proses yang dilakukan ketika batu bata sudah dalam keadaan setengah kering atau belum kering sempurna. Perapian biasanya dilakukan pada sore hari setelah dua hari batu bata dicetak dan dijemur. Perapian ini dilakukan guna merapikan ujung-ujung batu bata dan alas batu bata dari sisa-sisa pencetakan. Di samping itu, penyisipan juga bertujuan agar batu bata rapi dan rata dalam pembentukan batu bata dan bersih dari abu yang menjadi alas dalam proses pencetakan batu bata.
- Keempat, penjemuran yaitu proses pengeringan batu bata setelah selesai proses perapian. Dalam proses ini, batu bata dijemur dengan cara ditumpuk dengan diberi jarak agar mudah kering. Penjemuran tahap ini biasanya memakan waktu 2—4 hari tergantung dengan cuaca pada hari itu.
- Kelima yaitu pembakaran batu bata dengan menggunakan kayu bakar dan sekam padi. Sebelum proses pembakaran batu bata, para perajin batu bata biasanya membuat pawon, yakni celah pada setiap batu bata yang ditumpuk setinggi dua meter untuk setiap 10.000 buah. Celah pawon tersebut nantinya akan digunakan untuk tempat menaruh kayu bakar dan keluar masuk udara. Agar batu bata yang berada di tumpukan paling atas matang secara merata, Proses pembakaran batu bata ini biasanya membutuhkan

waktu sekitar 5—6 jam lamanya untuk menghasilkan batu bata yang bagus. Setelah itu, barulah batu bata didiamkan beberapa hari hingga bara api padam.



Gambar 5. Batu Bata Merah

SIMPULAN

Artikel tersebut menyoroti bahwa pengembangan UMKM batu bata di Desa Klenang Lor, Kecamatan Banyuanyar, Kabupaten Probolinggo, memiliki dampak yang signifikan terhadap penguatan ekonomi lokal dan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci kesuksesan. Secara lebih luas, pengembangan UMKM di daerah pedesaan seperti Desa Klenang Lor tidak hanya menciptakan lapangan kerja lokal, tetapi juga menggerakkan roda ekonomi lokal secara keseluruhan.

Dengan adanya UMKM batu bata yang semakin berkembang, terjadi peningkatan aktivitas ekonomi di desa tersebut. Hal ini tercermin dari peningkatan pengeluaran konsumen lokal, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan adanya dorongan untuk investasi lebih lanjut dalam infrastruktur dan layanan pendukung bisnis. Seiring dengan meningkatnya pendapatan dan kegiatan ekonomi di desa, juga muncul peluang bagi diversifikasi ekonomi dan pengembangan UMKM lainnya, menciptakan efek berantai yang berkelanjutan.

Selain itu, melalui strategi pemasaran yang tepat, UMKM batu bata mampu menjangkau pasar yang lebih luas baik di tingkat lokal maupun regional. Ini membuka peluang untuk meningkatkan daya saing produk dan menghadirkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Di samping itu, strategi pemasaran yang efektif juga dapat membantu dalam membangun citra merek yang kuat, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperluas jaringan bisnis. Peningkatan aktivitas ekonomi dan keberhasilan UMKM batu bata dalam memasarkan

produknya tidak hanya berdampak pada para pelaku bisnis itu sendiri, tetapi juga pada masyarakat secara luas. Peningkatan pendapatan masyarakat dapat meningkatkan daya beli dan kesejahteraan, menyediakan akses lebih baik terhadap layanan pendidikan dan kesehatan, serta menciptakan lingkungan yang lebih dinamis dan berkelanjutan bagi pertumbuhan desa secara keseluruhan.

Dengan demikian, kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa pengembangan UMKM batu bata di Desa Klenang Lor tidak hanya memberikan kontribusi positif terhadap penguatan ekonomi lokal, tetapi juga menggambarkan potensi besar UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi pedesaan secara berkelanjutan melalui strategi pemasaran yang efektif dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dkk, Amatullah Hanifalimah Marfuah, "Penguatan Ekonomi dan Strategi Pemasaran UMKM Batu Bata di Desa Munggung", *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 20 (2): 119-120.
- Syahland, Suirna Juarnisa, " Pengaruh Proses Pembuatan Batu Bata Merah Asal Lampung Terdapat Karakteristik Batu Bata yang Dihasilkan", *Inovasi dan Pembangunan-Jurnal Kelitbangan*, 4 (1): 73.
- Susanta, Gatut, 2007. *Panduan Lengkap Membangun Rumah*, Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rohyani " Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Penjualan Batu Bata Merah untuk Meningkatkan Penjualan Masyarakat di Desa Lenek Ramban Biak", *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5 (3): 128.