

***Ignition* sebagai Inovasi Keramik pada *Brand Onix Pottery* dengan Mitra UD. Tri Surya Keramik**

Ni Kadek Leony Widya Paramita ¹, I Nyoman Ngidep Wiyasa ², I Nyoman Laba ³

^{1,2,3} Program Studi Kriya, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

E-mail: leonyparamita01@gmail.com

Abstrak

Onix Pottery yang merupakan brand rintisan baru yang dibangun, pemilihan konsep harus diperhatikan agar dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan pada produk. Onix Pottery mengambil konsep Ignition, yang merupakan bahasa asing dari pengapian. pengambilan konsep Ignition yang diterapkan pada usaha rintisan baru yaitu onix pottery, didasari karena elemen-elemen warna yang kuat dan menimbulkan cahaya yang dapat menerangi suatu tempat. Pembuatan produk keramik Onix Pottery melewati beberapa tahapan diantaranya, pembentukan badan, trim, pendekorasi yang memberi sentuhan tekstur batu yang sesuai dengan nama brand ONIX (batu mulia yang berwarna hitam) pembakaran biskuit hingga glasir, dan penambahan lampu juga dilakukan untuk mendukung konsep. Pada konsep Ignition Onix Pottery memproduksi dua produk yang bernama Agni dan Chandara, nama-nama tersebut diambil dari bahasa sansekerta dari elemen alam yang memancarkan cahaya seperti Agni berarti api dan Chandara berarti bulan. Dalam membangun usaha rintisan baru di era industri kreatif dengan mengikuti perkembangan digitalisasi, dengan memanfaatkan teknologi internet yang memudahkan untuk memperkenalkan usaha kepada masyarakat. Pembuatan konten menjadi salah satu cara untuk menceritakan bagaimana proses hingga cerita yg ingin disampaikan oleh produk yang di produksi. Dalam hal ini Onix Pottery menggunakan model pemasaran SMM (Social Media Marketing) yang melakukan proses pemasaran melalui jejaring media sosial. Pembuatan konten yang menarik, dan dapat memberi informasi yang dapat dipahami sekaligus.

Kata Kunci : Onix Pottery, Ignition, SMM (Social Media Marketing)

Ignition As A Ceramic Innovation In The Onix Pottery Brand With Ud. Tri Surya Ceramic As A Partner

Abstract

Onix Pottery which is a new pilot brand that was built, the concept selection must be considered so that it can convey the message to be conveyed to the product. Onix Pottery takes the concept of Ignition, which is a foreign language for ignition. taking the Ignition concept which is applied to a new startup, namely onix pottery, is based on strong color elements and creates light that can illuminate a place. The manufacture of Onix Pottery ceramic products goes through several stages including body formation, trim, decoration which gives a touch of stone texture in accordance with the ONIX brand name (black precious stone), burning biscuits to glaze, and adding lights to support the concept. The concept of Ignition Onix Pottery produces two products named Agni and Chandara, the names are taken from the Sanskrit word for natural elements that emit light such as Agni means fire and Chandara means moon. In building new startups in the creative industry era by keeping up with digitalization developments, by utilizing internet technology that makes it easy to introduce businesses to the public. Creating content is one way to tell how the process is going to the story that the product you want to convey. In this case Onix Pottery uses the SMM (Social Media Marketing) marketing model which carries out the marketing process through social media networks. Creating interesting content, and being able to provide information that can be understood at the same time.

Keywords : *Onix Pottery, Ignition, Social Media Marketing*

PENDAHULUAN

Tugas akhir wirausaha pada program kegiatan MBKM, mahasiswa diharapkan dapat mempelajari bagaimana situasi berwirausaha yang terjadi saat ini, dimana sistem kewirausahaan saat ini sangat bergantung pada teknologi digitalisasi. Disamping itu ekonomi kreatif telah diterapkan, dimana konsep ekonomi baru ini mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Menghadapi perkembangan zaman yang diikuti dengan adanya inovasi teknologi dan kemajuan peradaban manusia serta revolusi industri, diperlukan strategi yang dapat

menciptakan perubahan pada perekonomian masyarakat yang meningkat. Konsep ini didukung dengan keberadaan industri kreatif, dua hal ini memiliki hubungan yang erat dimana industri kreatif, merupakan bagian dari ekonomi kreatif, industri kreatif menghasilkan produk-produk yang tentu membutuhkan kreativitas yang memiliki unsur nilai budaya dan dilakukan sebagai kegiatan ekonomi.

Pada program MKBM kegiatan kewirausahaan ini mahasiswa diminta untuk menciptakan usaha rintisan (*start-up*). Seperti diketahui *start-up* merupakan perusahaan rintisan yang didirikan oleh satu atau sekelompok orang dengan mengembangkan sebuah produk yang berinovasi dengan menyesuaikan target pasar. Dengan demikian penulis membangun suatu usaha baru yang diberi nama *Onix Pottery*. Pengambilan kata *onix* terinspirasi dari batu mulia yang dikenal dengan pembawa energi positifnya, dan *pottery* merupakan bahasa asing dari produk yang terbuat dari tanah liat atau biasa kita sebut dengan keramik. *Brand Onix Pottery* diharapkan mampu memberi energi positif dalam berwirausaha dibidang keramik pada era industri kreatif.

UD. Tri Surya Keramik merupakan salah satu perusahaan yang berkiprah pada pembuatan keramik bernuansa modern kontemporer, berlokasi di desa Kapal Kabupaten Badung, dan telah berdiri sejak tahun 1994. Perusahaan ini dipilih penulis karena pada UD. Tri Surya Keramik, penginovasian produk yang dilakukan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan pemasaran yang baik.

Perkembangan industri kreatif kerajinan di Bali terbilang cukup signifikan, namun terdapat beberapa permasalahan pada harga produk. Kebanyakan masyarakat rela mencari produk kerajinan yang jangkauan tempat produksinya terbilang jauh, hal ini dikarenakan harga produk kerajinan tersebut ramah dikantong dibandingkan produk kerajinan yang serupa dimana lokasinya tidak jauh dari masyarakat yang memiliki harga jual yang cukup tinggi. Tingginya harga jual ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya, bahan baku yang berkualitas sangat diperlukan oleh produsen, produsen lebih mempertimbangkan ketelitian dalam pembuatan produk dibandingkan kecepatan, produsen memberikan kesan eksklusif kepada kostumer saat menggunakan produk tersebut. Dengan demikian, penulis ingin menganalisa teknik penjualan yang memiliki tujuan memperlihatkan kepada konsumen bahwa produk yang memiliki harga jual tinggi merupakan produk yang memiliki proses yang cukup panjang dan kualitas bahan yang baik hal ini akan disampaikan melalui pembuatan konten baik video maupun foto yang dikenal dengan nama SMM (*Social Media Marketing*). Bentuk-bentuk konten yang digunakan juga akan mempengaruhi respon dari audiens. Dalam pembuatan konten kriya keramik penulis akan memperlihatkan proses awal pembuatan dari *handmade* melalui tahap pengolahan tanah hingga tahap pengglasiran. Selain itu menentukan target pasar juga merupakan hal yang terpenting pada kewirausahaan.

Selain pembuatan konten untuk memperkenalkan perusahaan, hal yang juga harus diperhatikan adalah inovasi produk yang ditawarkan pada *brand*, inovasi yang dimaksud adalah produk yang dijual oleh *brand* memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk dari brand lain. *Brand Onix Pottery* membuat produk keramik yang terinspirasi dari fase *Ignition* pada batu bara, dimana *ignition* merupakan bahasa asing dari pengapian. Diambilnya fase *ignition* (pengapian) dikarenakan fase pembakaran menciptakan warna-warna yang kuat. Pada warna merah yang biasa dikenal dengan warna yang biasa digunakan pada acara-acara penting, jika dilihat dari filosofinya warna merah merupakan warna kemakmuran dan kebahagiaan. Sedangkan warna hitam pada batu bara memberikan kesan elegan dan mewah. Maka dari itu pemilihan fase *ignition* ini diharapkan akan membawa keberuntungan pada kewirausahaan yang dibangun oleh penulis yaitu *Onix Pottery*. Penulis berharap dapat memperkenalkan peluang usaha secara mandiri. Dengan segala perancangan yang diimplementasikan pada *Onix Pottery* dengan mengangkat konsep awal yakni *Onix Pottery*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan metode yang digunakan adalah “pendekatan deskriptif kualitatif, artinya penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasi kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat yang sedang terjadi atau kecenderungan yang tengah berlangsung” (Sumanto, 1990:47). Metode ini dilakukan selama satu semester atau setara dengan tujuh belas minggu dengan mempelajari situs usaha di UD. Tri Surya Keramik sehingga memiliki keinginan mewujudkan pembangunan usaha rintisan baru. Dimana penulis menitikberatkan penggunaan digital marketing didalamnya. Kegiatan wirausaha yang membawa *brand Onix Pottery* sebagai usaha rintisan baru dari penulis, yang bermitra dengan UD. Tri Surya Keramik dilakukan penajangan awal terkait bidang ilmu yang sesuai dengan penulis, yaitu: bidang ilmu kriya keramik. Metode pelaksanaan pada kegiatan wirausaha ini meliputi:

1. Melakukan proses riset pasar yang merupakan teknik yang biasa digunakan oleh pengusaha untuk mengumpulkan dan menganalisis data atau informasi yang akan berguna bagi bisnisnya. Dengan cara melakukan analisis tren yang dilakukan menggunakan *website Google Tren*.
2. Pengumpulan data yakni data yang diperlukan dalam kegiatan wirausaha dengan menentukan pembangunan usaha rintisan, topik desain produk, proses, produksi hingga pemasaran. Dengan melalui beberapa tahap diantaranya;
 - Wawancara dalam kegiatan wirausaha ini pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada subjek penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan beserta seluruh komponen yang ada di UD. Tri Surya Keramik.
 - Observasi atau pengamatan dimaksudkan sebagai pengumpulan data yang selektif. Tinjauan atas pengelolaan perusahaan yang ada pada industri keramik yaitu UD. Tri Surya Keramik.
 - Studi pustaka sebagai pengumpulan data dan telaah pustaka, yang dapat menunjang, serta mengumpulkan teori-teori yang relevan dengan materi pembahasan dimulai dari metode pelaksanaan, industri keramik, pengelolaan perusahaan khususnya digital marketing, SMM (*Social Media Marketing*), pengolahan bahan baku produk dan lainnya,
 - Dokumentasi dokumen yang digunakan oleh penulis untuk melengkapi observasi dan wawancara yakni dokumen berupa foto, video hingga hasil jepretan layar *smartphone* yang memperlihatkan kegiatan wirausaha yang dilakukan dengan *brand* yang dibangun penulis yakni *Onix Pottery*.
3. Pemetaan atau identifikasi, dilakukan dengan fokus terhadap konsep yang sudah diambil sejak awal yaitu *Ignition*.
4. Analisis yang dilakukan dalam kegiatan wirausaha ini, diambil pada bahan bakunya dimana pada pembuatan bentuk badan keramik seperti bahan keramik pada umumnya yakni tanah liat, agar memiliki ciri khas dalam karya ini penulis menambahkan pasir yang didapatkan dari olahan luapan lahar Gunung Agung pada glasir.
5. Perwujudan model usaha yang dibangun pada *brand onix pottery* adalah bisnis model home industri dengan penekanan *handmade*. Dengan model manajemen PIE (*Planning, Implementation, and Evaluation*). Dalam hal pemasaran *Onix Pottery* menggunakan teknik *Social Media Marketing* (SMM) dimana memanfaatkan media social untuk membagikan beberapa konten yang dibuat untuk memperkenalkan *Onix Pottery*.

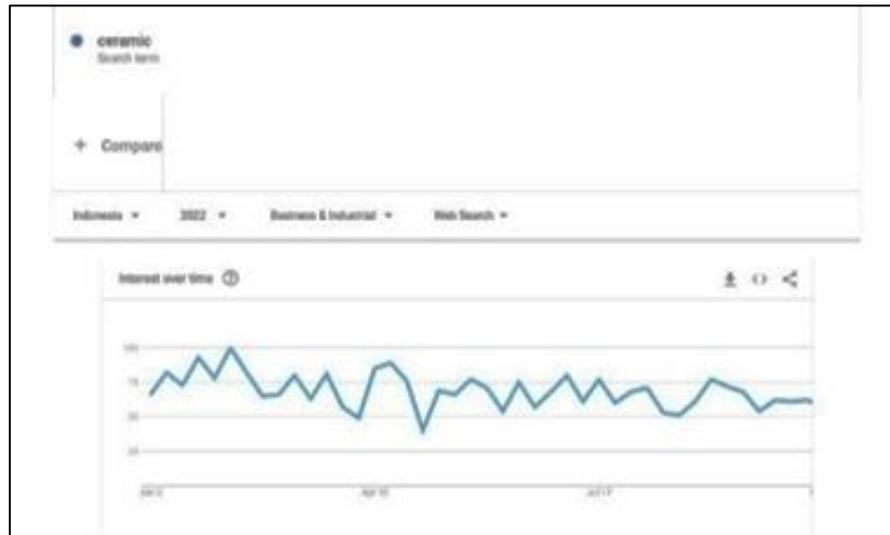
HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan suatu bisnis memegang peranan penting pada fungsi-fungsi manajemen. Perencanaan usaha merupakan keseluruhan proses tentang apa-apa saja yang akan dikerjakan dalam bentuk program ke depan. Hal ini sangat penting, karena perencanaan usaha merupakan pedoman kerja bagi seorang wirausaha. Begitu juga pada sistem manajemen dari *Onix Pottery*, dengan melakukan perencanaan pembangunan usaha mengatur tentang proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, keuangan usaha, pembelian, dan tenaga kerja. Pengertian lain perencanaan usaha/bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana perihal opsi-opsi yang dikerjakan pada *Onix Pottery*, menggunakan alokasi sumber daya yang dimiliki, fokus perhatian kepada faktor-faktor kunci pengolahan permasalahan menjadi sebuah peluang.

Sebuah perencanaan bisnis (*Business Plan*) yang disiapkan dengan mutu terbaik dapat membantu manajemen dalam mengurangi dampak resiko yang mungkin terjadi, meminimumkan pemborosan dan tindakan-tindakan yang tidak perlu, serta memaksimalkan keberhasilan usaha melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. *Onix Pottery* menggunakan model manajemen PIE (*Planning, Implementation, Evaluation*) yang diuraikan sebagai berikut:

1. Planning (Perencanaan)

Perencanaan pembangunan usaha diawali dengan merancang strategi pemasaran, dengan mengetahui eksistensi keramik. Dalam hal ini penulis menggunakan aplikasi *google trend*, dan Bali menjadi urutan kedua di Indonesia yang memiliki ketertarikan terhadap keramik yang diuraikan pada tabel statistik berikut:

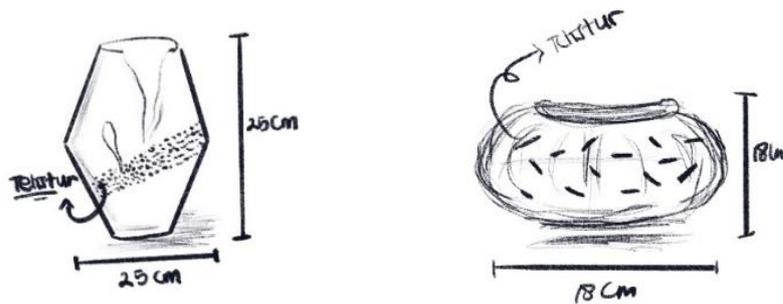
Tabel 1. Tabel Statistik Tren Keramik di Tahun 2022 (Sumber : website google trend, 2022)

Memperhatikan kualitas produk yang akan ditawarkan dengan menggunakan bahan yang baik, dalam pembangunan usaha penulis menyerahkan hal ini kepada tim mitra produksi yaitu UD. Tri Surya Keramik, yang tentu memiliki kualitas bahan yang sangat baik. *Onix Pottery* juga menghadirkan inovasi produk yang menarik dengan mengambil konsep *Ignition*, dibuat dengan detail agar memenuhi konsep. Selain itu juga harus memperhatikan teknik pemasaran yang dapat menarik perhatian audiens dengan membuat konten baik foto maupun video. Memerlukan identitas yang mudah diingat oleh audiens. Logo *Onix Pottery* dibuat secara simple, dimana menggunakan bentuk dari produk keramik yaitu guci, yang disusun dengan kata “ONIX” dibuat dengan gaya seni kaligrafi.



Gambar 1: Logo Onix Pottery
(Sumber : Dok. Wahyu, 2022)

Merancang pembangunan usaha *Onix Pottery* dari segi sistem produksi yang diawali dengan membuat sket produk dengan mengangkat tema *Ignition* (pembakaran). Produk yang dirancang adalah lampu dekorasi dengan motif batu. Terdapat dua jenis lampu yang didesain yakni lampu duduk dan lampu dinding. Sebagai pendukung tema yaitu *Ignition* model lampu yang dibuat menyerupai api yang membara.



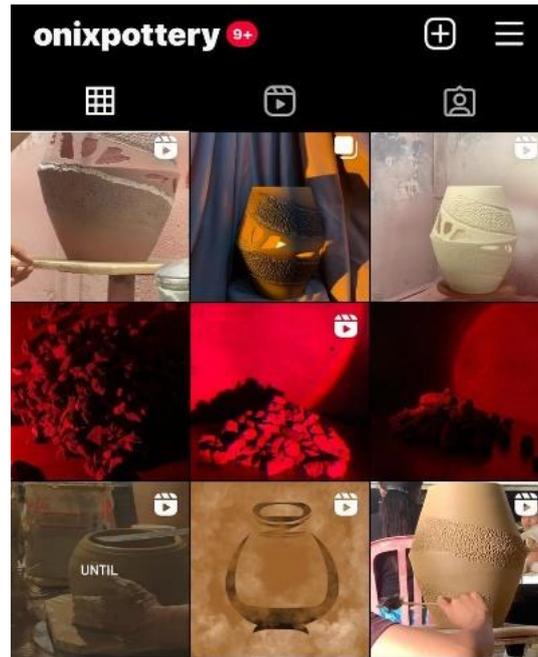
Gambar 2: Sket Produk Onix Pottery
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

Dalam membangun usaha baru *Onix Pottery*, membuat *tagline* yang menarik hal ini bertujuan untuk mengenali nilai yang diusung oleh brand, dan memaksimalkan sosial media hal ini dapat merangkul pasar melalui *platform* digital dengan memaksimalkan konten. Pemanfaatan media sosial juga dapat menjadi sarana untuk melakukan kegiatan pemasaran.



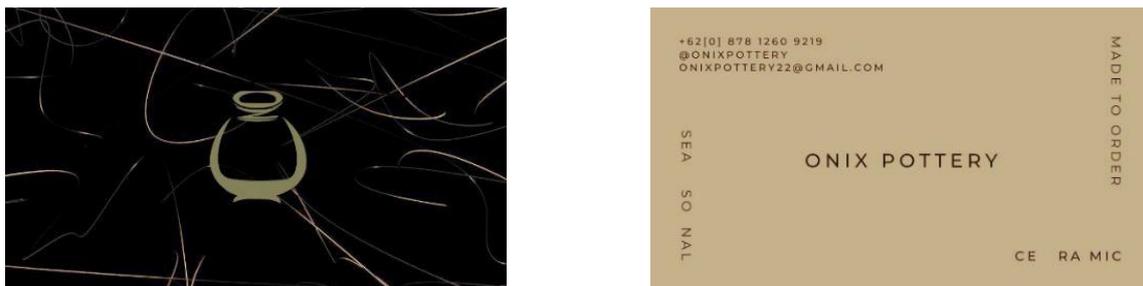
Gambar 3: Sosial Media Instagram Onix Pottery dengan TagLine
(Sumber : Social Media Instagram @onixpottery, 2022)

Pemanfaatan sosial media juga hal yang penting dalam pembangunan usaha yang terbilang baru. *Onix Pottery* menggunakan sosial media Instagram. Social media Instagram digunakan untuk membagikan pengalaman dalam proses produksi keramik yang dikemas dalam bentuk video dan foto.

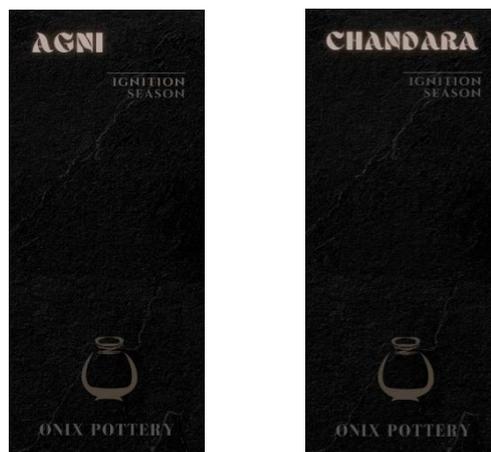


Gambar 4: Sosial Media Instagram *Onix Pottery* dengan *TagLine*
(Sumber : Social Media Instagram @onixpottery, 2022)

Dalam membangun usaha yang menawarkan barang tentu memerlukan tanda pengenal usaha baik kartu nama, stiker dan katalog yang berisi hal mengenai produk. Penulis melakukan desain menggunakan aplikasi canva. Berikut desain dari kartu nama, stiker, dan katalog:



Gambar 5: Desain Kartu Nama *Onix Pottery*
(Sumber : Dok. Leony, 2022)



Gambar 6: Desain Stiker Produk *Onix Pottery*
(Sumber : Dok. Leony, 2022)



Gambar 7: Katalog Brand *Onix Pottery*
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

2. Implementasi

J. Salusu (1996:409) mengemukakan bahwa “Implementasi adalah rangkuman sari berbagai kegiatan yang didalamnya sumber daya manusia menggunakan sumber daya lain untuk mencapai sasaran strategi”. menyusun serangkaian kegiatan dari sistem produksi yang dimana bekerjasama dengan UD. Tri Surya Keramik dalam memproduksi produk *brand Onix Pottery*.

Brand Onix Pottery dalam sistem produksi pembuatan produk diserahkan kepada mitra UD. Tri Surya Keramik dimana penulis menyerahkan desain dan referensi pada produk dari *brand Onix Pottery*. Produk dibuat oleh staf produksi dari UD. Tri Surya Keramik Dilanjutkan dengan tahap dekorasi, pada tahap ini dilakukan langsung oleh penulis hal ini dikarenakan agar dekorasi pada produk sesuai dengan yang diinginkan penulis.



Gambar 8: Pembentukan Badan Produk oleh Staf UD. Tri Surya Keramik
(Sumber : Dok. Leony, 2022)



Gambar 9: Pendekorasian Produk oleh Penulis
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

Setelah pendekorasi selesai, produk melalui tahap pembakaran biskuit dimana bertujuan untuk menguatkan produk, menguatkan badan, dan membuat produk menjadi tahan air.



Gambar 10: Produk yang Telah Melalui Tahap Pembakaran Biskuit
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

Ditahap glasir menggunakan tiga tahap perwarnaan pada produk 1 dengan warna yang berbeda diantaranya; ivory tua, hitam doff, dan warna glasir transparan dicampur pasir luapan lahar Gunung Agung. Untuk produk 2 hanya melalui dua tahap yang menggunakan dua warna yang sama pada produk 1 yakni; ivory tua, dan hitam doff. Pemilihan kesamaan warna dari kedua produk agar memiliki keselarasan satu sama lain.



Gambar 11: Pengglasiran Produk.
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

Setelah tahap pengglasiran selesai masuk pada tahap pemasangan fitting lampu. Dimana lampu yang digunakan memberi efek api yang membara. Hal ini untuk mendukung konsep yang diinginkan dari *brand Onix Pottery*.



Gambar 12: Pemasangan Lampu Kedua Produk
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

Dalam pengelolaan keuangan *Onix Pottery* yang menggunakan aplikasi buku kas, pada aplikasi ini terdapat fitur-fitur yang dapat membantu untuk mencatat semua transaksi secara detail, memantau arus keuangan, memonitor peforma bisnis, dan merencanakan keuangan usaha agar bisnis dapat berkembang. Berikut adalah hasil pengerjaan kedua produk dari *Onix Pottery* yang bermitra dengan UD. Tri Surya Keramik



Gambar 13: AGNI (Produk 1)
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

AGNI adalah salah satu produk dari *Onix Pottery*, terinspirasi dari pengapian dimana mengeluarkan warna-warna yang kuat, memiliki tekstur batu yang merupakan ciri khas produk *Onix Pottery*. produk ini dirancang untuk memberikan kesan kehangatan pada ruang bagi pemiliknya. pada glasir produk AGNI diberi sentuhan pasir dari hasil luapan lahar Gunung Agung yang terletak di Karangasem, pemilihan bahan dipikirkan secara matang untuk tetap menyatu dengan konsep pengapian atau *ignition*



Gambar 14: CHANDARA (Produk 2)
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

CHANDARA adalah produk *Onix Pottery*, yang namanya diambil dari bahasa sansekerta bulan. keagungan matahari membantu bulan untuk menyinari dunia digelapnya malam. dibuat dengan tekstur batu khas produk *Onix Pottery*. konsep *ignition* masih melekat pada produk ini, dimana CHANDARA memancarkan cahaya yang merefleksikan api.



Gambar 15: Aplikasi Buku Kas untuk Pengelolaan Keuangan
(Sumber : Dok. Leony, 2022)

Untuk pembangunan *brand Onix Pottery* membuat media sosial yang dapat diakses untuk mengetahui lebih jauh profil dari *brand*, hingga teknik pemasaran dengan membuat konten-konten pada media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial, penulis lebih mudah berinteraksi dengan audiens. Salah satunya *Onix Pottery* dapat berbagi informasi penting dengan audiens, menjaga hubungan baik dengan audiens, dan mendapatkan *feedback* dengan cara yang sangat mudah dan cepat. Ketertarikan penulis untuk memanfaatkan Instagram didasarkan pada fitur-fitur yang ditawarkan itu sendiri, salah satunya adalah peningkatan kecepatan arus informasi sebagai dasar dari sebuah interaksi.

Tabel 2. Tabel Statistik Insight akun @onixpottery (Sumber : Instagram @onixpottery, 2022)



Pada tabel diatas menjelaskan bahwa akun Instagram *Onix Pottery* telah dikunjungi 2.847 akun yang bukan pengikut dari akun Instagram *Onix Pottery*, sejauh ini pengikut Instagram *Onix Pottery* masih mencapai angka 46 akun. Hasil pemanfaatan fitur insight, menunjukkan terdapat beberapa karakteristik penggunaan fitur insight yang menjadi tinjauan dalam penerapannya.

3. Evaluasi

Evaluasi ditujukan untuk menilai sejauh mana keefektifan kebijakan guna mempertanggungjawabkan konsekuensinya. Selain itu, evaluasi diperlukan untuk mengetahui kesenjangan antara harapan dengan kenyataan. Apabila terjadi penyimpangan yang jauh dalam arti kenyataan berbeda dengan harapan perlu segera

ditindak lanjuti dengan usaha perbaikan, apabila kenyataan sesuai dengan harapan dilakukan pengembangan atau setidaknya mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

SIMPULAN

Wirausaha merupakan salah satu program pada kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang memberikan pengetahuan bagi mahasiswa untuk menciptakan peluang usaha rintisan. Pada era digital kita dituntut untuk memiliki pengetahuan digitalisasi dalam meningkatkan kualitas SDM, penggunaan media digital yang dapat meningkatkan performa bisnis yang merupakan kunci dari pertumbuhan usaha, dalam hal ini UD. Tri Surya Keramik menjadi mitra dalam program MBKM. Perencanaan suatu bisnis memegang peranan penting pada fungsi-fungsi manajemen, dengan merancang hal-hal yang dapat membangun usaha dengan baik dalam bentuk program ke depan. Tri Surya Keramik yang sudah berdiri sejak 1994 yang konsisten hingga sekarang. Hal inilah yang membuat penulis tertarik berindustri dalam dunia keramik selain memiliki kemampuan dalam pembuatan produk keramik. UD. Tri Surya Keramik sudah memiliki tempat produksi yang memiliki peralatan lengkap dimana segala pemesanan keramik dikerjakan disana, pada usaha yang dibangun penulis yaitu Onix Pottery berkerjasama dengan UD. Tri Surya Keramik dalam pembuatan produk Onix Pottery.

Sistem pembangunan branding usaha hal ini diperlukan pengorganisasian hingga pengelolaan keuangan. Dalam hal ini mitra kegiatan wirausaha yakni UD. Tri Surya Keramik memiliki logo yang menjadi identitas yang mudah diingat audiens, dengan tetap membawa konsep *Ignition* dalam logo yang ditonjolkan pada warna logo. Banyak hal yang di dapat pada kegiatan wirausaha, dengan mempelajari sistem kewirausahaan mitra yang dimana sudah menerapkan sistem manajemen semi profesional. Pengorganisasian yang diterapkan dibagi menjadi 3 bagian diantaranya ; pengelola keuangan, pemasaran, dan produksi. Usaha Onix Pottery saat ini masih dikelola oleh penulis saja, dalam pengorganisasiannya dilakukan pembagian diantaranya, sistem produksi dilakukan oleh mitra UD. Tri Surya Keramik, terdapat dua produk yang dibuat yaitu AGNI dan CHANDARA yang menonjolkan konsep *Ignition* dimana mencerminkan *Ignition* (pembakaran).

Seperti yang kita ketahui dalam industri kreatif kita dituntut untuk memahami kemajuan digital. dalam hal ini penulis memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan produk yang dimiliki Onix Pottery. SMM (*Social Media Marketing*) adalah strategi yang diterapkan penulis. Dengan memanfaatkan pembuatan konten hingga menggunakan fitur insight untuk mengetahui perkembangan aktivitas interaksi pada konten yang dibuat dengan audiens dimedia sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Majir, Abdul (2021). PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktik (Melahirkan Entrepreneurship Handal di Era Industry 4.0 & Society 5.0. Deepublish (CV.BUDI UTAMA).
- Astuti A (1997). Pengetahuan keramik. Gadjah Mada University Press.
- Gautama, Nia (2013). Keramik Untuk Hobi dan Karir. Gramedia Pustaka Utama.
- Thariq, Ahmad (2015). Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. Universitas Gadjah Mada.
- Yunus, H.A (2014). PERENCANAAN, IMPLEMENTASI, DAN EVALUASI KEBIJAKAN (FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN). Unit Penerbitan Universitas Majalengka.
- Dasim, Sarnawi M (2012). Metodologi Penelitian. Diakses pada 25 Desember 2022. http://a-research.upi.edu/operator/upload/t_pd_0908073_chapter3.pdf
- Google Trend. Diakses pada 20 November 2022. Tren Keramik tahun 2022. <https://trends.google.com/trends/explore?cat=12&geo=ID&q=ceramic>
- Pemilik UD. Tri Surya Keramik. Wawancara pada 20 September 2022. Perjalanan Perusahaan UD. Tri Surya Keramik.