

PEMASARAN PRODUK UMKM BINAAN PADA PASAR KEUANGAN RAKYAT

Tine Badriatin^{1*}, Lucky Radi Rinandiyana², Elis Listiana Mulyani³

¹Prodi Keuangan dan Perbankan Jurusan Ekonomi Bisnis, Universitas Siliwangi, Indonesia

^{2,3}Prodi Manajemen Jurusan Ekonomi Bisnis, Universitas Siliwangi, Indonesia

¹tinebadriatin@gmail.com, ²luckyradi@unsil.ac.id, ³elislistiana@unsil.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Batik merupakan salah satu ciri khas daerah Tasikmalaya dimana batik sendiri sebagai warisan budaya Indonesia. Keanekaragaman motif batik dalam budaya Indonesia berasal dari daerah-daerah yang ada di Indonesia yang tentunya tiap daerah mempunyai corak batik yang khas. Begitupula dengan batik Tasikmalaya yang memiliki ciri khas tersendiri, secara umum terdiri atas tiga karakter utama yaitu batik sukapura, sawoan dan tasikan. Namun demikian batik tasikmalaya masih kalah pamor dibandingkan dengan batik asal Solo dan Pekalongan. Kegiatan ini bertujuan sebagai salah satu sarana pemasaran produk dan perluasan pasar domestik serta kesempatan mempromosikan karya-karya binaan UMKM khususnya batik di ajang pameran pada acara Pameran Pasar Keuangan Rakyat di Pangandaran

Kata Kunci: *Pemasaran, UMKM.*

Abstract: *Batik is one of the characteristics of the Tasikmalaya region where batik itself is a cultural heritage of Indonesia. The diversity of batik motifs in Indonesian culture comes from regions in Indonesia, which of course each region has a unique batik style. Likewise with Tasikmalaya batik which has its own characteristics, in general consists of three main characters namely sukapura batik, sawoan and tasikan. However, tasikmalaya batik is still less prestige compared to batik from Solo and Pekalongan. This activity aims as a means of product marketing and expansion of the domestic market as well as an opportunity to promote the works of SMEs, especially batik, at the exhibition at the People's Financial Market Exhibition in Pangandaran*

Keywords: *Marketing, UMKM*

A. LATAR BELAKANG

Dalam siaran PERS OJK (2015) Pasar Keuangan Rakyat merupakan salah satu bentuk implementasi Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Pilar 1, yaitu Edukasi dan Kampanye Nasional Literasi Keuangan. Edukasi dengan model pasar keuangan rakyat merupakan upaya OJK untuk mempertemukan dan mendekatkan Sektor Jasa Keuangan kepada masyarakat yang selama ini belum tergerak untuk mengetahui mengenai sektor jasa keuangan.

Pada pelaksanaan kegiatan ini penulis sebagai salah satu partisipan dalam kegiatan literasi keuangan yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan Regional II Jawa Barat yang bertempat di Kabupaten Pangandaran. Sebagai bentuk dukungan kepada masyarakat agar dapat menjangkau berbagai sektor keuangan

OJK konsisten mendorong serta mendukung Lembaga Jasa Keuangan (LJK) menyediakan Layanan Keuangan Mikro (Laku Mikro) sehingga dapat menjangkau masyarakat di sektor jasa keuangan, khususnya yang

berpenghasilan rendah dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Laku Mikro merupakan produk dan jasa keuangan dari berbagai industri jasa keuangan yang bersifat low cost kegiatan ini diikuti oleh LJK (lembaga Jasa keuangan) yang berada di daerah Tasikmalaya, Ciamis, Banjar, Pangandaran.

Dalam kegiatannya UMKM menghasilkan produk yang sesungguhnya memiliki potensi dan kemampuan yang tidak kalah dengan UMKM asing (Kartawan, 2016). Oleh karena itu perlu dikembangkan pemasaran produk UMKM dimana pemasaran produk ini merupakan salah satu yang dapat menentukan performa produk UMKM. Salah satu strategi dalam pemasaran produk UMKM ini dapat dilakukan dengan memperkenalkan produk secara lebih luas dimana salah satunya dapat dilakukan melalui event-event atau pameran-pameran. Pemasaran menurut Basu Swastha (2008:5) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

Dalam kegiatan ini pemasaran produk diikuti oleh UMKM binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yaitu UMKM Batik Deden. Batik Deden berdiri sejak tahun 1945 dengan merek awal Asep Batik oleh orang tua dari Bapak Deden Supriyadi, kemudian pada awal tahun 2000 merek dagang menjadi Deden Batik dimana usahanya telah diteruskan oleh Deden Supriyadi. Batik Deden sendiri memiliki dua gerai toko dan juga memiliki pabrik batik di Kota Tasikmalaya namun pabrik tersebut tidak menggunakan mesin dan beroperasi secara manual. Produksi yang dihasilkan adalah batik tulis dan batik cap dimana dalam sebulan mampu menghasilkan 12.000 potong batik cap dan 40 lembar kain batik tulis dengan pekerja sebanyak 50 orang.

Dengan mengikutsertakan UMKM binaan dalam kegiatan ini tidak lain tujuannya adalah untuk perluasan pasar domestik serta salah satu sarana pemasaran produk serta kesempatan dalam mempromosikan karya-karya binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Pameran menurut Evelina Lidia (2005) adalah suatu kegiatan masyarakat yang dapat diselenggarakan oleh suatu organisasi independen dan terbuka untuk umum.

Sebagai mitra binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi tentunya dengan pameran ini dapat melihat perkembangan UMKM binaan agar dapat memasarkan produk sehingga mampu bersaing di tengah pasar bebas dan bisnisnya berkesinambungan serta dapat memberikan multiplier effect.

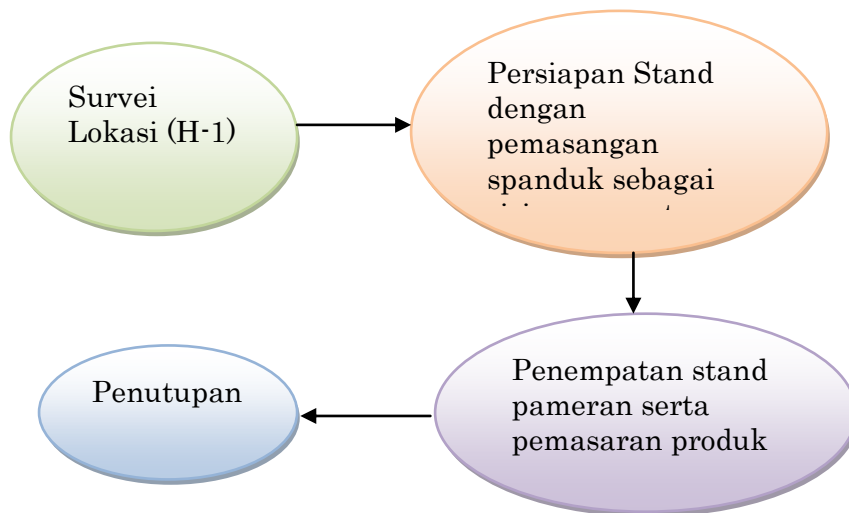
B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan mengikutsertakan UMKM binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi bekerja sama dengan PT. Reliance Sekuritas Tasikmalaya, Tbk Kantor Perwakilan Tasikmalaya sebagai salah satu mitra kerja sama Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi dalam acara Pasar Keuangan Rakyat yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan dengan partisipan dari

Industri Jasa Keuangan yang berada di wilayah Priangan Timur serta UMKM.

Pelaksanaan kegiatan pemasaran produk UMKM binaan ini dengan mengisi stand pameran produk. Pameran dilaksanakan selama dua hari yaitu pada tanggal 31 Oktober 2015 dan 1 November 2015 yang bertempat di Lapang Merdeka Kabupaten Pangandaran dalam acara Pasar Keuangan Rakyat 2015. Acara ini dibuka oleh Bupati Pangandaran Bapak Daud Achmad dan dihadiri oleh Komisi IX MPR-RI, Staf Kementrian Perikanan dan Kelautan, Perwakilan Bank Indonesia Regional Jawa Barat, Direktur Kantor OJK Regional II Bapak Ishak Saing serta Pemda Kabupaten Pangandaran.

Adapun pelaksanaan pemasaran produk UMKM binaan melalui pameran ini bisa dilihat alur kegiatannya dalam bagan yang terdapat pada tabel 1 berikut ini :



Gambar 1. Alur Kegiatan Pemasaran Produk UMKM Binaan

Hal pertama yang dilakukan adalah survey tempat atau lokasi untuk pameran, namun survey ini tidak bisa secara maksimal karena denah lokasi melalui pengundian terlebih dahulu sehingga harus menunggu sampai lokasi pameran (stand mana yang akan ditempati) ditetapkan. Kemudian persiapan stand dengan memasang spanduk sebagai ciri bahwa stand tersebut adalah stand untuk UMKM binaan FE UNSIL yaitu Batik Deden.

Masyarakat Kabupaten Pangandaran dan peserta pameran sangat antusias dalam kegiatan ini dimana dapat dilihat dari meriahnya pembukaan Pasar Keuangan Rakyat 2015 ini serta antusias masyarakat dalam mengikuti berbagai acara dalam PKR ini. Pembukaan PKR ini dapat dilihat dari gambar 1 (terlampir). Stand untuk pemasaran produk UMKM binaan pada pameran ini dapat dilihat dalam Gambar 2 (terlampir).

Dalam acara pembukaan pameran ini para pejabat yang hadir diberi kesempatan untuk meninjau stand-stand pameran yang menjadi partisipan dalam kegiatan ini dimana pada kesempatan ini dimanfaatkan dengan

pemberian plakat sebagai cendera mata kepada Bupati Pangandaran yaitu Bapak Daud Achmad seperti terlihat dalam gambar 3 (terlampir).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan ini adalah :

1. Merupakan salah satu ajang promosi produk batik khas Tasikmalaya.
2. Membantu memperluas pasar domestik pada UMKM binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yaitu Batik Deden
3. Membantu memasarkan produk dimana antusias pembeli cukup lumayan banyak karena harganya masih bisa terjangkau. Tentunya dengan adanya produk yang laku terjual dalam pameran ini memberikan keuntungan tersendiri bagi pemilik produk.

Dengan adanya pameran itu sendiri memberikan manfaat bagi UMKM binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi dimana dapat menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dari pengunjung dalam memberikan apresiasi terhadap karya-karya yang dihasilkan dari produk batik deden baik itu berupa batik tulis ataupun batik cap, menambah pengalaman untuk melihat pangsa pasar dalam memasarkan produk kedepannya sehingga bisa memperluas pemasaran di wilayah Kabupaten Pangandaran.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pemasaran produk UMK binaan melalui pameran ini hanya berbentuk pameran temporer artinya kegiatan pameran ini diselenggarakan hanya pada waktu Pasar Keuangan Rakyat yang berlangsung dua hari. Oleh karena itu sebagai partisipan daripada pameran ini harus benar-benar dapat memanfaatkan waktu sebaik mungkin dalam memasarkan produk sehingga hasilnya dapat maksimal.

Adapun saran dalam kegiatan ini adalah kurangnya persiapan yang maksimal dalam pameran ini sehingga banyak stand yang sudah tutup sebelum waktunya dimana masyarakat yang menghadiri cukup antusias namun tidak adanya pembatas antara peserta pameran dan pedagang keliling menyebabkan pameran menjadi ramai tidak beraturan. Selain itu tidak dilakukannya survey lokasi terlebih dahulu dikarenakan denah lokasi baru tersedia sehari menjelang pameran menjadikan peserta pameran tidak mempersiapkan secara maksimal. Namun demikian lokasi pameran berdekatan dengan lokasi pantai wisata Pangandaran maka pameran ini juga menjadi media untuk relaksasi dari kegiatan sehari-hari yang menguras banyak energi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Kantor Perwakilan Tasikmalaya dan Fakultas Ekonomi

Universitas Siliwangi yang telah memberikan kontribusinya dalam pelaksanaan Pameran Pasar Keuangan Rakyat berupa akomodasi kegiatan dan merchandise, serta peran serta nya dalam memberikan materi dan partisipan kegiatan Pasar Keuangan Rakyat yang dilaksanakan di Kabupaten Pangandaran

DAFTAR RUJUKAN

- Basu Swastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty – Yogyakarta.
- Evelina, Lidia. (2005). *Event Organizer Pameran*. Jakarta : PT. INDEKS.
- Kamera Budaya. (2018). *Batik Tasikmalaya – Sejarah, Filosofi, Makna, Ciri Khas, dan Perkembangannya*. Tersedia pada : <https://www.kamerabudaya.com/2018/06/batik-tasikmalaya-sejarah-filosofi-makna-ciri-khas-dan-perkembangannya.html>
- Kartawan. (2016). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk kesejahteraan masyarakat*. Tasikmalaya : LPPM Unsil Tasikmalaya.
- Kartawan, Lucky Radi R, Dian Kurniawan. (2016). *Pengembangan Usaha melalui Peningkatan Kemampuan Bersaing Produk UMKM dalam Memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 21 No. 2, Lembaga Penelitian Universitas Gunadharma. Hal 104 – 110.

DOKUMENTASI KEGLATAN



Gambar 1. Pembukaan Pelaksanaan Pasar Keuangan Rakyat



Gambar 2. Stand UMKM Binaan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi