

KONSEP DASAR EKONOMI MAKRO ISLAM

Himmatul Mukaromah¹, Sutantri², Iva Khiril Mala³

dewihirnikzakiyah@gmail.com¹, tantrialavano@gmail.com², ivamala180496@gmail.com³

Universitas Islam Tribakti Lirboyo

ABSTRAK

Dengan mengintegrasikan teknik pemasaran online dan offline, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Ponorogo memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar mereka dalam konteks digitalisasi yang berkembang pesat. Melalui pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan materi visual yang menawan, UMKM dapat memperluas basis konsumennya di pasar dunia. Selain itu, teknik pemasaran offline juga penting untuk memperkuat kehadiran fisik produk Batik Ponorogo melalui kolaborasi dengan hotel, pusat perbelanjaan, dan toko ritel terdekat. UMKM berpotensi untuk lebih berhasil memperkenalkan kekhasan batik ke pasar konvensional melalui workshop, pameran, dan kemitraan dengan desainer. Menggabungkan kedua taktik ini akan memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM Batik Ponorogo, meningkatkan pangsa pasar mereka, dan memperkuat posisi mereka di sektor batik yang terkenal dan memiliki sejarah penting.

Kata Kunci: UMKM Batik Ponorogo, Pemasaran online dan offline.

ABSTRACT

By integrating online and offline marketing techniques, Batik Ponorogo Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a wonderful potential to boost their competitiveness and market reach in the context of the rapidly developing digitization. Through the utilization of social media, e-commerce platforms, and captivating visual material, UMKM can expand their consumer base in the worldwide market. Aside from that, offline marketing techniques are also crucial for bolstering Batik Ponorogo items' physical presence through collaborations with nearby hotels, shopping malls, and retail stores. UMKM have the potential to more successfully introduce the distinctiveness of batik to the conventional market through workshops, exhibitions, and partnerships with designers. Combining these two tactics will provide Ponorogo Batik UMKM a major competitive edge, increase their market share, and solidify their place in the illustrious and historically significant batik sector.

Keywords: *UMKM Batik Ponorogo, Online and Offline Marketing.*

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang kaya akan motif dan keindahan. Sebagai industri kecil dan menengah (UMKM) yang memproduksi batik Ponorogo, strategi ekspansi daya saing menjadi kunci utama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui penguatan pemasaran secara online dan offline. Dengan memanfaatkan kedua jalur pemasaran ini, UMKM batik neutral di Ponorogo dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial baik di dalam maupun di luar negeri. Pemasaran online dapat dilakukan melalui berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website resmi. Dengan memanfaatkan kekuatan internet, UMKM batik neutral di Ponorogo dapat memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis. Selain itu, pemasaran offline seperti melalui event pameran, kolaborasi dengan toko offline, atau kerjasama dengan desainer lokal juga dapat meningkatkan eksposur dan popularitas batik Ponorogo di mata konsumen. Dengan menggabungkan strategi pemasaran online dan offline, UMKM batik neutral di Ponorogo dapat menciptakan brand awareness yang kuat serta meningkatkan daya saing produknya. Dengan konsistensi dalam mengelola pemasaran dan memperhatikan kualitas produk, batik Ponorogo dapat menjadi pilihan utama konsumen

dalam membeli batik dengan motif dan kualitas yang unik. Strategi ekspansi ini tidak hanya akan mendukung pertumbuhan UMKM batik neutral di Ponorogo, tetapi juga memperkuat posisi batik Ponorogo sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia yang patut dilestarikan.

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan artikel ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pemilihan informan yang terfokus. Informan dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian, termasuk pengalaman dan pengetahuan dalam industri Batik Ponorogo. Metode utama yang digunakan adalah wawancara mendalam untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang strategi ekspansi UMKM Batik Ponorogo. Wawancara akan dilakukan secara tatap muka, telepon, atau daring, mengikuti protokol penelitian yang telah disusun. Peneliti telah merancang pedoman wawancara yang terstruktur dan semi-terstruktur, mencakup pertanyaan terkait strategi pemasaran online dan offline yang digunakan oleh UMKM Batik Ponorogo. Pedoman ini memastikan keseragaman dalam pengumpulan data. Data yang diperoleh dari wawancara akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Langkah-langkah analisis akan melibatkan identifikasi pola-pola, tema, dan sub-tema yang muncul dari transkripsi wawancara. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti akan melakukan triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan sumber data lain seperti observasi dan dokumen terkait. Selain itu, langkah-langkah verifikasi akan dilakukan selama proses analisis. Peneliti memperhatikan aspek etika penelitian, termasuk mendapatkan izin dan persetujuan dari responden, menjaga kerahasiaan data, dan memberikan informasi yang jelas tentang tujuan penelitian kepada responden sebelum wawancara dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Meski sektor batik Ponorogo kaya akan sumber daya kreatif dan sejarah, namun UMKM Batik Ponorogo harus lebih berdaya saing baik di pasar lokal maupun internasional. Kunci untuk meningkatkan jangkauan pasar di dunia digital saat ini adalah memiliki strategi pemasaran yang efektif. UMKM Batik Ponorogo dapat meningkatkan pangsa pasarnya dengan menggunakan internet marketing. Situs media sosial seperti Facebook dan Instagram telah berkembang menjadi alat yang ampuh bagi bisnis yang ingin memasarkan barang mereka kepada konsumen di seluruh dunia yang semakin paham teknologi. Membuat konten yang menarik secara visual, memberikan detail produk yang tepat, dan berinteraksi dengan pengikut adalah taktik utama untuk meningkatkan pemasaran internet.

Meskipun demikian, penting untuk mempertimbangkan keberadaan fisik produk saat mengembangkan strategi ekspansi. UMKM Batik Ponorogo dapat meningkatkan visibilitasnya di pasar tradisional dengan memanfaatkan teknik pemasaran offline. Menjalinkan kemitraan dengan pelaku bisnis ritel, hotel, dan pusat perbelanjaan terdekat dapat memberikan peluang produk batik untuk dipamerkan secara fisik, sehingga meningkatkan aksesibilitas konsumen. Langkah strategis yang dilakukan antara lain dengan mengadakan pameran, workshop, dan kemitraan dengan desainer daerah untuk menampilkan kekhasan batik Ponorogo kepada khalayak yang lebih luas.

UMKM Batik Ponorogo harus mengintegrasikan pemasaran offline dan internet jika ingin lebih kompetitif. UMKM mampu membangun lingkungan pemasaran yang komprehensif dengan menggabungkan kedua taktik tersebut. Misalnya, acara tampilan aktual di gerai ritel mitra dapat dilakukan setelah kampanye media sosial. Melalui kontak

tatap muka, hal ini tidak hanya meningkatkan pengenalan merek tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, UMKM Batik Ponorogo dapat memanfaatkan potensi media digital dengan tetap fokus pada pasar tradisional sehingga memberikan mereka keunggulan kompetitif.

Terakhir, pentingnya memperhatikan keberlanjutan dalam strategi ekspansi tidak dapat diabaikan. UMKM Batik Ponorogo perlu mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial dalam setiap langkah ekspansinya. Mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan, seperti penggunaan material ramah lingkungan dan program CSR yang memberikan dampak positif bagi komunitas lokal, dapat menambah nilai signifikan pada merek mereka. Dengan demikian, strategi ekspansi UMKM Batik Ponorogo tidak hanya fokus pada pertumbuhan bisnis, namun juga tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan terhadap industri batik Ponorogo. Hasil Wawancara Dengan mewawancarai salah satu narasumber yang menggeluti usaha batik Saya : “Batik neutral menggunakan strategi pemasaran melalui offline saja, atau dengan metode online bu?”

Bu Fitri : “pertama online : pemesanan lewat E.Katalog, IG, story wa, YANG KEDUA Offline :Pemesanan langsung datang”

Saya : “Lalu berapa harga Yang ditetapkan bu? Apakah harga Yang sudah diberikan sudah mengikuti pasaran?”

Bu Fitri : “Sudah dek, Harga batik tulis mulai dari 300rb sampai 650rb”

Bu Fitri : “Tergantung motif warna dan penuh nya pola desain”

Saya : “Selain batik tulis apakah ada produk lain Yang dijual bu?”

Bu Fitri : “ada beberapa seperti Batik ciprat,Batik ecoprint, Batik cap”

Saya : ” Bagaimana caranya menghadapi persaingan dengan produk batik lainnya?...apakah neutral mempunyai ciri khas tersendiri atau apakah Yang menjadikan batik neutral beda dari batik lainnya”

Bu Fitri : “Karena Neutral berawal dari Lembaga Kursus dan Pelatihan maka utk penjualan Produk batik tulis itu adalah bonus. Kita sdh punya brand yg terdaftar yaitu : BATIK NEOTRAL. Alhamdulillah Batik Neotral sudah punya langganan dr SETDA Kab. Ponorogo artinya BATIK NEOTRAL sering utk oleh2 cinderamata bagi tamu2 Bapak Bupati Ponorogo.”

Bu Fitri : “ Usaha Neutral meliputi Lembaga Kursus dan Pelatihan Neutral, Lembaga Pelatihan Kerja Neutral Academy Course, Merk : Batik Neutral. Penjualan semua alat dan bahan2 batik tulis, cap, ecoprint, ciprat dan sobori”

Bu Fitri : “Neutral lebih sering di undang sebagai narasumber pelatihan di desa2 sekolah2 dll”

Saya: “Baik bu terimakasih waktunya dan penjelasannya semoga bermanfaat buat saya”

Bu Fitri : “Sama-sama”

1. Strategi Pemasaran Produk Batik Ponorogo

Untuk memajukan UMKM batik Ponorogo, strategi pemasaran yang tepat ialah sebagai berikut:

1. Branding dan Identitas Produk:

- a) Cerita dan Warisan: Tonjolkan sejarah, budaya, dan filosofi di balik batik Ponorogo. Ini bisa meningkatkan nilai tambah produk.
- b) Logo dan Kemasan: Buat logo dan kemasan yang menarik dan mencerminkan ciri khas batik Ponorogo.

2. Pemasaran Digital:

- a) Website dan Media Sosial: Buat situs web yang menarik dan aktif di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.

- b) Konten Visual: Gunakan foto dan video berkualitas tinggi untuk menunjukkan proses pembuatan dan keunikan desain batik.
 - c) E-commerce: Jual produk melalui platform online seperti marketplace lokal dan global.
3. Kolaborasi dan Kemitraan:
- a) Desainer: Kerjasama dengan desainer lokal atau nasional untuk menciptakan koleksi eksklusif.
 - b) Influencer: Gunakan influencer yang relevan untuk mempromosikan produk di media sosial.
4. Partisipasi dalam Pameran dan Acara:
- a) Pameran Dagang: Ikuti pameran dagang lokal dan internasional untuk meningkatkan eksposur.
 - b) Festival Budaya: Terlibat dalam acara budaya atau festival batik untuk memperkenalkan produk kepada audiens baru.
5. Peningkatan Kualitas dan Inovasi:
- a) Pelatihan: Berikan pelatihan untuk meningkatkan teknik pembuatan batik.
 - b) Inovasi Produk: Ciptakan variasi produk, seperti batik modern dan aksesoris, untuk menarik pasar yang lebih luas.
6. Penggunaan Sertifikasi dan Pengakuan:
- a) Sertifikasi: Dapatkan sertifikasi produk (misalnya, indikasi geografis) untuk menambah kredibilitas.
 - b) Penghargaan: Berpartisipasi dalam kompetisi atau penghargaan untuk mendapatkan pengakuan.
7. Pendekatan Komunitas:
- a) Komunitas Batik: Bangun komunitas pelanggan yang loyal dengan mengadakan workshop atau sesi edukasi tentang batik.
 - b) Program CSR: Buat program tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendukung masyarakat lokal dan meningkatkan citra UMKM.
- Pendekatan ini dapat membantu UMKM batik Ponorogo memanfaatkan peluang pasar dan memperluas jangkauan mereka secara efektif.
2. Kelebihan Produk UMKM Batik Ponorogo:
1. Keunikan dan Keaslian:
 - a) Motif Tradisional: Batik Ponorogo memiliki motif khas yang mencerminkan budaya dan sejarah lokal, memberikan nilai seni dan budaya yang tinggi.
 - b) Teknik Pembuatan: Banyak pengrajin masih menggunakan teknik tradisional seperti batik tulis, yang meningkatkan nilai artistik dan keunikan produk.
 2. Kualitas Tinggi:
 - a) Bahan Berkualitas: Produk sering dibuat dari bahan-bahan alami seperti katun dan sutera, memberikan kenyamanan dan daya tahan.
 - b) Pengerjaan Manual: Banyak proses yang dilakukan secara manual, menghasilkan detail yang halus dan berkualitas tinggi.
 3. Nilai Budaya dan Sejarah:
 - a) Cerita di Balik Produk: Setiap motif batik biasanya memiliki makna dan cerita, menambah nilai budaya dan daya tarik bagi konsumen yang menghargai heritage.
 4. Harga Kompetitif:
 - a) Varian Harga: Tersedia dalam berbagai rentang harga, membuatnya terjangkau untuk berbagai segmen pasar.
 5. Fleksibilitas Desain:
 - a) Customisasi: Pengrajin dapat menerima pesanan khusus, memungkinkan konsumen

untuk mendapatkan desain yang disesuaikan dengan kebutuhan atau preferensi mereka.

3. Kekurangan Produk UMKM Batik Ponorogo:

1. Produksi Terbatas:

- a. Skala Kecil: Banyak UMKM batik memiliki kapasitas produksi yang terbatas, yang bisa membatasi kemampuan mereka untuk memenuhi permintaan yang tinggi atau pesanan dalam jumlah besar.
- b. Ketergantungan pada Pengrajin: Ketergantungan pada tenaga kerja manual bisa menjadi hambatan jika terjadi kekurangan tenaga pengrajin atau kendala dalam proses produksi.

2. Kurangnya Penguasaan Pasar:

- a) Pemasaran Tradisional: Beberapa UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, yang mungkin kurang efektif dibandingkan pemasaran digital.
- b) Eksposur Terbatas: Kurangnya jaringan dan pengetahuan tentang pemasaran online bisa membatasi jangkauan pasar.

3. Inovasi Terbatas:

- a) Konservatisme: Fokus pada teknik dan motif tradisional dapat membatasi inovasi produk untuk menyesuaikan dengan tren pasar modern.
- b) Adaptasi: Beberapa UMKM mungkin lambat dalam beradaptasi dengan tren mode dan permintaan konsumen yang berubah.

4. Masalah Kualitas:

- a) Inkonsistensi: Terdapat risiko inkonsistensi dalam kualitas produk, terutama jika proses kontrol kualitas tidak dijalankan dengan ketat.
- b) Replikasi: Beberapa motif mungkin lebih mudah untuk ditiru, sehingga bisa terjadi masalah dengan produk tiruan yang mengurangi nilai eksklusivitas.

5. Kendala Logistik:

- a) Distribusi: Proses distribusi mungkin kurang efisien, terutama dalam menjangkau pasar luar daerah atau internasional.
- b) Pengiriman: Biaya pengiriman yang tinggi bisa menjadi penghalang bagi konsumen di luar wilayah setempat.

6. Ketergantungan pada Bahan Baku:

- a) Ketersediaan: Keterbatasan akses ke bahan baku berkualitas tinggi bisa menjadi tantangan, terutama jika bahan tersebut harus diimpor atau diproduksi dalam jumlah kecil.

4. Strategi Mengatasi Kekurangan:

- 1) Peningkatan Kapasitas Produksi: Investasi dalam teknologi dan pelatihan pengrajin untuk meningkatkan kapasitas dan konsistensi produksi.
- 2) Pemasaran Digital: Pelatihan dan penggunaan platform digital untuk meningkatkan eksposur dan penjualan.
- 3) Kolaborasi: Bekerja sama dengan desainer dan influencer untuk memperkenalkan inovasi produk yang tetap menghargai nilai tradisional.
- 4) Manajemen Rantai Pasok: Mengembangkan hubungan dengan pemasok untuk memastikan akses bahan baku berkualitas dan mengurangi biaya logistik.

Dengan mengatasi kekurangan ini, UMKM batik Ponorogo dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan.

5. Analisis SWOT

(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) pada produk UMKM batik Ponorogo dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Berikut analisisnya:

A. Strengths (Kekuatan):

1. Keunikan Motif dan Desain:
 - a. Motif Khas: Batik Ponorogo memiliki motif dan desain yang unik, mencerminkan budaya lokal dan tradisi yang kaya.
 - b. Nilai Seni: Proses pembuatan yang detail dan bermakna budaya memberikan nilai tambah artistik.
2. Kualitas Produk:
 - a. Bahan Berkualitas: Menggunakan bahan berkualitas tinggi seperti katun dan sutra, memberikan kenyamanan dan keawetan.
 - b. Teknik Tradisional: Banyak menggunakan teknik batik tulis yang meningkatkan nilai seni dan kualitas.
3. Harga Kompetitif:
 - a. Beragam Pilihan: Produk tersedia dalam berbagai harga, memungkinkan untuk menjangkau berbagai segmen pasar.
4. Fleksibilitas Desain:
 - a. Customisasi: Mampu membuat desain khusus sesuai permintaan pelanggan, meningkatkan kepuasan dan personalisasi.
5. Cerita Budaya:
 - a. Warisan Budaya: Setiap produk memiliki cerita dan makna yang meningkatkan daya tarik dan nilai budaya.

B. Weaknesses (Kelemahan):

1. Produksi Terbatas:
 - a. Skala Produksi Kecil: Kapasitas produksi yang terbatas dapat menghambat kemampuan untuk memenuhi permintaan besar.
 - b. Ketergantungan pada Pengrajin: Proses manual membuat produksi rentan terhadap perubahan dalam tenaga kerja.
2. Pemasaran dan Eksposur Terbatas:
 - a) Teknik Pemasaran Tradisional: Masih banyak UMKM yang menggunakan metode pemasaran tradisional yang kurang efektif dibandingkan pemasaran digital.
 - b) Jangkauan Pasar: Eksposur produk terbatas, terutama di luar wilayah lokal.
3. Kualitas yang Tidak Konsisten:
 - a. Kontrol Mutu: Variasi dalam kontrol kualitas dapat menghasilkan produk yang tidak konsisten.
4. Adaptasi Terhadap Tren:
 - a. Inovasi: Fokus pada motif tradisional kadang membatasi inovasi produk untuk menyesuaikan dengan tren pasar yang berubah.

C. Opportunities (Peluang):

1. Pasar Digital:
 - a. E-commerce: Peluang untuk menjual produk secara online melalui platform e-commerce lokal dan internasional.
 - b. Pemasaran Digital: Menggunakan media sosial dan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar.
2. Pariwisata Budaya:
 - a. Wisatawan: Wisatawan yang tertarik dengan budaya lokal dapat menjadi target pasar yang potensial.
 - b. Acara Budaya: Festival dan acara budaya lokal dapat digunakan untuk mempromosikan produk.
3. Dukungan Pemerintah:
 - a. Program Pengembangan UMKM: Dukungan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan,

