

Mengelola Pemasaran Batik Tulis Imogiri*

Arif Wibowo

Dalam Pemasaran, konsep strategis yang selalu harus dipegang adalah konsep 4P. Produk, harga, promosi dan distribusi. Dengan konsep ini, maka verifikasi atas permasalahan pemasaran menjadi mudah diidentifikasi. Jika ada yang tidak beres pada penjualan, maka diperiksa saja “Apakah produk yang tidak beres, atautkah harga yang tidak pantas, atau cara promosi saya yang keliru atautkah distribusi/penempatan/penyaluran produk yang salah.”

Siapa yang dapat memberikan informasi itu? Jawabannya adalah konsumen (Pembeli.) Tanyakan saja pendapat mereka tentang produk dan harga (bila mungkin promosi dan distribusi) kepada konsumen atau pelanggan. Pasti mereka bersedia menjawabnya.

Empat P atau dalam istilah keren-nya *marketing mix* (bauran pemasaran) adalah alat yang digunakan oleh pengusaha untuk mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan.

Prinsipnya, kita harus bisa membuat/mendesain produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, menetapkan harga juga sesuai dengan keinginan konsumen, menjalankan strategi promosi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mendistribusikannya juga harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

PRODUK

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, dicari, diminta, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi oleh orang lain sebagai alat pemenuhan kebutuhan (keinginannya).

Dalam penjualan, produk bisa diamati dari empat tingkatan pemahaman:

1. Produk Utama/Inti. Adalah manfaat yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen. Misal kebutuhan akan sandang, atau mungkin kebutuhan akan penampilan yang modis bagi pembeli kain batik.
2. Produk Generik. Adalah rancangan produk minimal agar berfungsi menjalankan manfaat utama. Misal untuk kain batik, produk generiknya berupa kain dengan gambaran motif-motif Tradisional Yogyakarta.
3. Produk Harapan. Adalah produk yang secara normal diharapkan oleh konsumen untuk ada dalam konsumsi produk yang bersangkutan. Misal, Pembeli kain batik mengharapkan penggarapan yang rapi, tidak luntur, dan kain yang halus.
4. Produk Pelengkap. Adalah tambahan yang (awalnya) tidak diperhatikan oleh konsumen untuk ada yang bisa ditawarkan sebagai tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk lain (pesaing??). Dalam penawaran (penjualan) kain batik, produk pelengkap

bisa berupa kemasan yang baik, Label dengan contoh desain baju yang bisa digunakan konsumen, atau tambahan jaminan penggantian produk yang sobek atau luntur.

Produk juga bisa diklasifikasikan berdasarkan kebiasaan konsumen dalam membeli produk. Untuk ini, produk bisa dibedakan menjadi:

1. Barang Kenyamanan (*convenience*). Adalah barang yang pada umumnya mempunyai frekuensi penggunaan yang tinggi, sehingga pembeli hanya memerlukan usaha yang sedikit untuk membandingkan dengan produk lain.
2. Barang Pilihan (*Shopping*). Adalah barang yang dibeli dengan cara membandingkan dengan produk lain di antara alternatif yang ada. Kriteria perbandingan ini biasanya meliputi kualitas barang dan harga.
3. Barang Spesial (*Special*). Adalah barang yang memiliki sifat-sifat yang unik, sehingga konsumen mau melakukan usaha-usaha khusus untuk bisa memilikinya.

PRICE

Adalah satuan uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan hak kepemilikan atau untuk bisa menggunakan barang/jasa bersangkutan. Harga merupakan komponen yang sangat penting, karena harga secara langsung akan mempengaruhi jumlah produk yang bisa dijual, dan sekaligus akan menentukan jumlah pemasukan dan laba usaha.

Dari sudut pandang konsumen, harga selalu dikaitkan dengan manfaat yang diharapkan akan didapatkan. Sehingga terbentuklah konsep nilai produk bagi konsumen:

$$\text{Nilai Produk} = (\text{Manfaat yang diharapkan}) / \text{Harga}$$

Dengan formula di atas, pada tingkat harga tertentu, nilai produk sebuah barang bisa ditingkatkan dengan meningkatkan manfaat yang diharapkan oleh konsumen. Demikian dan sebaliknya.

Yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga produk:

1. Tujuan Usaha. Tujuan ini bisa berupa memaksimalkan keuntungan, mempertahankan kelangsungan usaha, mengatasi persaingan, atau bisa juga untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Strategi Marketing Mix. Keputusan harga harus mempertimbangkan juga kombinasi lain berkaitan dengan produk, place, dan promosi.
3. Biaya. Biaya merupakan faktor untuk menentukan harga minimal dalam suatu produk. Dalam kasus bahwa biaya tetap lebih dominan daripada biaya variabel, maka penambahan skala produksi akan bisa menurunkan biaya (dan tentunya juga harga).

PLACE

Place atau bisa disebut saluran distribusi, adalah orang, tempat, atau metode (Proses) yang menghubungkan aliran barang dari pengusaha untuk bisa sampai ke tangan konsumen. Beberapa metode dalam strategi ini, bisa dikategorikan ke dalam dua kelompok, yaitu:

- 1) Distribusi langsung
- 2) Distribusi tidak langsung.

Dalam distribusi langsung, pengusaha mempromosikan dan menjual produk yang dibeli langsung kepada pemakai akhir. Bisa termasuk dalam kategori ini adalah penjualan dengan sistem *Multi Level Marketing (MLM)*. Sedangkan dalam distribusi tidak langsung, beberapa pihak yang bisa digunakan sebagai perantara misalnya adalah, agen penjualan, toko, supermarket, koperasi, dan sebagainya. Terdapat strategi yang berbeda dalam keputusan distribusi, berkaitan dengan jenis produk, apakah produk kenyamanan (*convenient*), produk *Shopping*, ataukah produk *Specialty*.

PROMOTION

Adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pengusaha kepada pembeli, calon pembeli, atau kepada pelanggan yang dimaksudkan untuk memberitahukan, membujuk, menarik, mempengaruhi, dan mengingatkan mereka akan keberadaan dan keunikan produk kita.

Beberapa kegiatan yang termasuk dalam kategori kegiatan promosi adalah:

1. Personal Selling
2. Periklanan
3. Promosi Penjualan
4. Public Relations

Personal Selling adalah komunikasi langsung antara penjual dengan calon pembeli untuk mengenalkan, dan membentuk pemahaman suatu produk kepada calon konsumen. Sedangkan Periklanan Adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa, seperti televisi, majalah, koran, baliho, dan sebagainya.

Promosi Penjualan adalah bentuk promosi langsung dengan mengenakan berbagai insentif yang diatur untuk merangsang calon pembeli agar mengambil tindakan melakukan pembelian. Sedangkan Public Relations Adalah upaya menyeluruh dari perusahaan yang ditujukan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan atau terhadap produk perusahaan.

MENCIPTAKAN PERMINTAAN MELALUI IDE PEMASARAN KREATIF:

1. Memperkuat pengetahuan dan pemahaman pengusaha, pengrajin, dan penjual batik akan falsafah luhur yang terkandung di balik motif-motif batik.
2. Menciptakan (menempatkan) produk alternatif yang mendukung pemasaran kain batik. Misal Topeng Batik, Sepeda Batik, Gamis dan sorban batik, Wallpaper batik.
3. Melakukan identifikasi kelompok-kelompok masyarakat calon konsumen batik. Kelompok ini misalnya: Wisatawan Nusantara, Anak-anak Sekolah (SD-SMP-SMA), Mahasiswa jurusan Sejarah, Kelompok Penganut Kepercayaan Tertentu (Islam, Jawa, Hindu-Budha), Keiatan-kegiatan kesenian jawa (mocopatan, pamedhar sabdo,...), dan sebagainya.
4. Menciptakan dan menggunakan sebanyak mungkin kesempatan untuk mengenalkan diri dan mempromosikan kain batik kepada golongan-golongan tersebut.
5. Mendesain sebuah kegiatan kreatif sebagai upaya mendekatkan kain batik kepada masyarakat. Kegiatan dimaksud misalnya: Lomba membuat batik untuk anak sekolah, lomba mas dan Mbak Batik, Wisata batik, Sepeda Batik Gembira,
6. Prinsipnya adalah, semakin banyak kesempatan kita untuk dikenal, maka semakin banyak pula peluang pemasaran terbuka untuk kita.
7. Jadikan pesaing sebagai mitra kerja. Manfaatkan keunggulan pesaing untuk menutup kelemahan kita. InsyaAllah.

PENCATATAN SEDERHANA UNTUK USAHA KECIL MENENGAH

Pembukuan adalah kegiatan pencatatan keuangan yang terjadi di dalam bisnis atau usaha yang sedang kita jalankan. Pembukuan ini sangat penting untuk dilakukan sebagai evaluasi kita untuk melihat perkembangan usaha dan mengetahui keuntungan atau kerugian yang kita dapatkan dari usaha yang kita jalankan tersebut. Pembukuan juga dapat dikatakan sebagai kompas atau petunjuk arah bagi kita dalam menjalankan bisnis kita.

Penyusunan laporan keuangan bagi UKM selain untuk kemudahan memperoleh kredit dari kreditur, juga untuk beberapa kepentingan berikut:

- Mengetahui arus keluar masuk uang yang ada di dalam bisnis atau usaha yang sedang kita jalankan.
- Mengetahui posisi modal yang terpakai dan modal yang telah kembali. Jangan sampai, karena tidak ada pencatatan pembukuan, modal yang seharusnya kembali malah hilang begitu saja tanpa kita ketahui di bagian mana uang modal tersebut terpakai.
- Mencegah tercampurnya, pengeluaran (keuangan) pribadi dan keuangan usaha. Para pelaku usaha, jika ingin melakukan pengembangan usaha yang lebih baik haruslah benar-benar memperhatikan hal ini karena pencampuran keuangan pribadi dan keuangan bisnis akan mengakibatkan arus kas dan arus uang yang beredar di dalam bisnis yang sedang dijalankan menjadi kacau balau.
- Yang harus diingat adalah banyak sekali usaha kecil yang mengalami kebangkrutan dan terpaksa menutup usahanya karena tidak adanya pencatatan keuangan atau pembukuan ini.
- Dengan pencatatan dan pembukuan sederhana yang kita lakukan maka kita bisa menganalisa dan mengambil tindakan yang perlu dilakukan dari hasil analisa keuangan yang telah kita lakukan.

Bagian-bagian Di Dalam Pembukuan Sederhana

1. Neraca

Di dalam neraca ini kita melakukan pencatatan terhadap aset bisnis yang kita miliki seperti berapa modal yang telah kita tanamkan untuk menjalankan bisnis ini, berapa kewajiban yang harus kita bayarkan dan berapa harta termasuk piutang yang kita miliki. Biasanya pembuatan neraca keuangan ini dilakukan setahun sekali dan dicatatkan setiap akhir tahun pembukuan, misalnya tanggal 31 Desember.

2. Laporan rugi laba

Di dalam laporan rugi laba, yang harus kita catat adalah berbagai informasi tentang aktivitas atau kegiatan yang dilakukan di dalam bisnis yang kita jalankan seperti berapa besar hasil dari penjualan yang telah kita lakukan dan seberapa besar beban dan biaya yang harus kita lakukan. Dari hasil penjualan kotor yang dikurangi dengan beban dan biaya yang harus dikeluarkan itulah maka kita akan mengetahui apakah bisnis yang kita jalankan ini mendapatkan laba atau keuntungan atau malah mengalami kerugian.

3. Laporan arus kas

Di dalam laporan arus kas, kita melakukan pencatatan sejumlah pengeluaran dan penerimaan kas yang terjadi di dalam bisnis kita termasuk bukti sumber-sumbernya. Contohnya adalah jika kita melakukan pembelian bahan baku maka kita harus melakukan pencatatan berapa jumlah uang yang harus kita lakukan untuk melakukan pembelian tersebut dan kita mencatat pula di mana kita melakukan pembelian bahan baku itu. Bukti pengeluaran atau penerimaan kas seperti faktur, nota atau bon harus disimpan untuk melengkapi laporan arus kas ini.

Hal-hal Yang Perlu Di Perhatikan

- Pendapatan atau pemasukan yang diakui dan wajib dicatat di dalam pembukuan sederhana ini adalah ketika uang telah diterima, atau ketika beban dan biaya telah benar-benar terbayarkan. Jika belum terjadi penerimaan atau pembayaran, maka kegiatan ini tidak dicatat di dalam pembukuan.
- Pencatatan yang dilakukan di dalam pembukuan sederhana ini harus dipisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Hal ini bertujuan agar memudahkan kita untuk menganalisa hasil usaha dan melihat perkembangan usaha kita secara lebih terperinci berdasarkan data-data dan fakta yang ada. Pencampuran keuangan membuat kita tidak bisa dengan pasti menentukan apakah usaha yang kita jalankan ini benar-benar menghasilkan keuntungan atau sebenarnya dalam kondisi rugi namun sering kali tertutup dengan pemasukan yang berasal dari keuangan pribadi.
- Pencatatan yang kita lakukan di dalam pembukuan sederhana haruslah berdasarkan bukti-bukti seperti kuitansi dan tagihan dari supplier, nota pembelian bahan baku, faktur-faktur penjualan dan bukti lainnya. Jika terjadi pengeluaran yang tidak memiliki bukti yang konkret maka pengeluaran tersebut tidak diakui dan tidak dicatatkan di dalam pembukuan.
- Seluruh transaksi yang terjadi di dalam menjalankan usaha harus dicatat dengan jelas. Transaksi adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan kondisi usaha secara keseluruhan di mana kegiatan tersebut mengubah, baik menambah maupun mengurangi, kewajiban usaha, modal pemilik serta aset usaha yang dimiliki. Di dalam pencatatan transaksi ini juga disebutkan (dicatatkan) biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan serta pendapatan yang diperoleh dalam satu periode tertentu.

Berikut ini adalah formulasi tata cara pembuatan Laporan Keuangan sederhana.

Neraca

Neraca terbagi atas 2 bagian yaitu:

1. Aktiva berarti kekayaan
2. Passiva berarti kewajiban

Tabel dalam Neraca adalah sebagai berikut:

Aktiva

Rincian	Keterangan
Aktiva Lancar	<i>Adalah kekayaan yang sangat mudah dimanfaatkan atau paling mudah diuangkan</i>
Kas & Bank	<i>Jumlah total uang tunai yang ada di tangan dan yang ada pada tabungan/deposito/giro saat ini.</i>
Surat Berharga	<i>Jumlah nominal uang apabila Anda mempunyai saham atau reksadana</i>
Piutang (Tagihan)	<i>Jumlah nominal uang atas tagihan yang masih akan diterima</i>
Persediaan	<i>Jumlah nominal uang atas stok/persediaan barang</i>
Total Aktiva Lancar	
Aktiva Tetap	<i>Berarti kekayaan dalam bentuk aset tidak bergerak.</i>
Tanah	<i>Jumlah nominal uang atas nilai jual tanah.</i>
Bangunan	<i>Jumlah nominal uang atas nilai jual bangunan.</i>
Kendaraan	<i>Jumlah nominal uang atas nilai jual kendaraan.</i>
Mesin-mesin	<i>Jumlah nominal uang atas nilai jual mesin-mesin.</i>
Lain-lain	<i>Jumlah nominal uang atas nilai jual lainnya seperti kursi, meja, lemari, dll.</i>

Total Aktiva Tetap	
Total Aktiva	

Pasiva

Rincian	Keterangan
Hutang Lancar	<i>Jumlah nominal hutang dengan jangka waktu di bawah 1 tahun.</i>
Utang Dagang	
Utang Bank	
Total Utang lancar	
Hutang Jangka Panjang	<i>Jumlah nominal hutang dengan jangka waktu di bawah 1 tahun.</i>
Utang Dagang	
Utang Bank	
Total Utang Jangka Panjang	
Modal	
Modal sendiri	
Laba tahun lalu	
Total Passiva	

CATATAN: Jumlah total Aktiva harus sama dengan jumlah total Pasiva.

Laporan Laba Rugi

Adalah adalah laporan yang mengukur kinerja operasional perusahaan selama periode tertentu. Tujuan dibuatnya laporan ini adalah untuk mengetahui hasil kinerja operasi perusahaan, untung atau rugi. Yang disusun dalam laporan laba/ rugi adalah penjualan bersih dan biaya – yang dikeluarkan selama periode tertentu. Perusahaan dikatakan untung apabila total pendapatan

lebih besar dari total biaya dan dikatakan rugi apabila total pendapatan lebih kecil dari total biaya.

Kegunaan laporan laba/rugi adalah untuk mengevaluasi kinerja masa lalu perusahaan, memberikan dasar untuk memprediksi kinerja masa depan, dan membantu menilai resiko ketidakpastian arus kas. Merupakan aktifitas pencatatan hasil usaha bulanan yang datanya berasal dari:

1. Kuitansi penjualan
2. Kuitansi pembelian
3. Bukti penerimaan dan pengeluaran lainnya

Komponen Laba Rugi adalah:

1. Nilai Penjualan
2. Harga Pokok Produksi
3. Laba Kotor (1-2)
4. Biaya Operasional yaitu:

- Biaya tenaga kerja
- Biaya transportasi
- Biaya sewa
- Biaya Listrik, dll.

5. Laba Bersih (3-4)
6. Biaya Pajak
7. Laba Bersih setelah pajak (5-6)

Berikut adalah contoh Laporan Laba/ Rugi secara sederhana:

UD. TRIDAYA BINA KARYA
LAPORAN LABA/ RUGI
Untuk satu Tahun Yang Berakhir 31 Desember 2011

PENDAPATAN

Penjualan	xxx
Pendapatan bunga	xxx
Pendapatan sewa	xxx
Total Pendapatan	xxx

BIAYA

Harga pokok penjualan	xxx
Beban penjualan	xxx
Beban administrasi	xxx
Total Biaya	xxx

Laba sebelum pajak	xxx
Pajak penghasilan	xxx
Laba bersih setelah pajak	xxx

Laporan Arus Kas

Laporan arus kas adalah laporan yang menggambarkan perjalanan kas selama periode tertentu. Tujuan utama laporan arus kas adalah menyediakan informasi yang relevan mengenai penerimaan dan pembayaran kas sebuah perusahaan selama satu periode. Laporan Arus Kas pada umumnya mengklasifikasikan lalulintas transaksi kas kedalam tiga aktivitas, yaitu:

1. **Aktivitas Operasi (*Operating Activities*)**
Meliputi pengaruh kas dari transaksi operasional untuk menentukan laba bersih.
2. **Aktivitas Investasi (*Investing Activities*)**
Meliputi pengaruh kas dari aktifitas investasi dan penjualan aktiva tetap perusahaan
3. **Aktivitas Pembiayaan (*Financing Activities*)**
Meliputi pengaruh kas dari penambahan/pengurangan pinjaman bank, pinjaman kepada pihak ketiga lainnya dan ekuitas/modal pemilik perusahaan.

Berikut format laporan arus kas secara sederhana:

UD. TRIDAYA BINA KARYA
LAPORAN ARUS KAS
Untuk Tahun Yang Berakhir 31 Desember 2008

Aktifitas Operasi

Laba bersih	xxx
Penurunan (kenaikan) piutang	xxx
Kenaikan (penurunan) utang	<u>xxx</u>
Total kas bersih dari aktivitas operasi	xxx

Aktifitas Investasi

Penjualan tanah	xxx
Pembelian peralatan toko	(xx)
Pembelian kendaraan	(xx)
Total Kas bersih dari aktivitas investasi	xxx

Aktifitas Pembiayaan

Pengembalian pinjaman bank	(xx)
----------------------------	------

Penambahan pinjaman bank	xxx
Penambahan modal	xxx
Pengambilan oleh pemilik	(xx)
Total kas bersih dari aktivitas pembiayaan	xxx
KENAIKAN KAS BERSIH	.xxx

DEMIKIAN, SEMOGA MANFAAT

- Makalah Pelatihan, disampaikan pada pelatihan kewirausahaan pada Batik Tulisdi Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul DI Yogyakarta, pada tanggal 30 Oktober 2012

