

UMKM Bangkit Dengan Ciri Khas Masing-Masing Nagari

JIS Sumbar - PAPARAZI.ID

Jan 26, 2023 - 08:46



ARTIKEL - Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat, karena dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan kerja yang ada. Sumatera barat sebagai wilayah yang penuh dengan kekayaan alam, belum mampu untuk memaksimalkan potensi yang ada. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di Nagari masing-masing sehingga kebutuhan mereka masih bisa dipenuhi.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang

usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitik beratkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup itu diantaranya dengan melakukan Usaha Kecil Menengah. Keberadaan (existence) dan keberlangsungan (continuity) hidup UKM ikut dipengaruhi juga oleh kedua faktor internal yaitu motif ekonomi dan eksternal yaitu lingkungan dan habitat ekonomi yang menjadi tempat hidup seseorang atau suatu komunitas dalam melaksanakan kehidupannya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam menghadapi perekonomian dan kesejahteraan kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik, yang imbasnya berdampak pada kegiatan- kegiatan usaha baik usaha besar maupun usaha kecil menengah.

Peran UMKM dilihat dari kedudukannya yaitu sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, seperti penyedia lapangan kerja terbesar, berperan dalam hal pengembangan kegiatan ekonomi daerah dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan inovasi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam perekonomian nasional yang sangat penting, terutama karena jumlahnya yang banyak serta perannya terhadap penyerapan tenaga kerja yang begitu besar dan kontribusinya terhadap PDRB nasional. Disamping itu UMKM juga memiliki ketahanan yang cukup kuat terhadap krisis ekonomi, sebagaimana pada saat terjadinya krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997-1998an, dimana kondisi waktu itu usaha kecil, mikro, dan menengah terbukti lebih kebal daripada perusahaan besar yang justru banyak mengalami kebangkrutan.

Program pembangunan ekonomi pada sector-sector usaha tertentu, misalnya pertanian, peternakan dan perkebunan, industri pengolahan serta industri perdagangan berbagai SKIM kredit/pembiayaan UMKM diluncurkan oleh pemerintah. Semua program membutuhkan Manajemen Pemasaran.

Minimnya pengetahuan tentang pemasaran bagi para pelaku UKM pemula, menyebabkan usaha yang dijalankan juga minim strategi, sehingga tak sedikit pengusaha kecil yang mengalami kerugian bahkan gagal dalam menjalankan usahanya. Padahal di luar sana persaingan usaha semakin sengit dan produk sejenis yang baru banyak bermunculan.

Mengatur strategi dalam pemasaran sangat penting, karena strategi pemasaran bukan hanya berbicara tentang jualan saja, namun menyangkut banyak hal. Berikut ini beberapa hal penting tentang strategi pemasaran bagi usaha kecil menengah:

1. Pemasaran adalah alat komunikasi (Menceritakan Keunggulan Produk, dan

lainnya)

2. Pemasaran adalah senjata untuk menghadapi persaingan (menjadi Kekuatan Produk)
3. Marketing is a blood of company (Strategi pemasaran perlu dilakukan dengan baik, untuk mempermudah penjualan produk).
4. Strategi Pemasaran untuk membangun merek
5. Strategi Pemasaran untuk membangun hubungan dengan konsumen
6. Pemasaran untuk mengetahui keinginan konsumen (Dapat diketahui melalui Riset Pasar).
7. Strategi Pemasaran untuk menjaga pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Bisnis dalam jangka panjang akan sangat ditentukan oleh kekuatan merek, kualitas produk, serta komunikasi pemasaran yang berkelanjutan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat bersumber dari bermacam-macam produk. Seperti usaha kerupuk yang menggunakan bahan baku ubi. Ubi yang dihasilkan oleh masing-masing daerah dan jenis kerupuk yang dihasilkan jika ubi diolah lebih lanjut akan menghasilkan produk jadi seperti kerupuk sanjai dengan berbagai macam inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa ada keberagaman dari masing-masing nagari, Untuk itu diperlukan adanya motivasi bagi seluruh pelaku UMKM untuk berusaha bangkit dan menjalankan usahanya sesuai keahlian masing-masing dan memasarkannya dengan berbagai macam strategi agar produk kita diterima oleh konsumen. Sehingga hasil penjualan produk mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Ditulis Oleh:

Syukri Alhamda

(Mahasiswa Magister Manajemen (MM), Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Taman Siswa Padang)