



APLIKASI MARKET MATCHING UNTUK PENCARIAN TUJUAN EKSPOR PRODUK UMKM

Bambang Nurdewanto ¹⁾, Fikri Amrullah ²⁾, Elta Sonalitha ³⁾

¹⁾Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang
Email: nurdewa@unmer.ac.id

²⁾ Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang
Email: Fikriamrullah@gmail.com

³⁾ Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang
Email: Elta.sonalitha@unmer.ac.id

Abstrak

UMKM adalah kelompok bisnis masyarakat yang belum mempunyai sistem terintegrasi selayaknya industri besar, sehingga sulit mengakses informasi mengenai lokasi pasar luar negeri. Penelitian ini mengembangkan aplikasi *Market Matching* untuk penentuan lokasi pemasaran luar negeri dan jenis produk yang harus diekspor untuk menekan angka kerugian akibat tersendatnya perputaran barang sehingga menguntungkan bagi para UMKM. Langkah mengembangkan sistem *market matching* ini adalah identifikasi dan analisis kegiatan pemasaran ekspor yang sedang berlangsung dalam UMKM, mendesain sistem pemasaran yang sesuai dengan analisis tersebut, membangun sistem *market matching*, dan implementasi sistem. Aplikasi *Market Matching* menghasilkan rekomendasi tujuan ekspor sesuai kategori produk dan tingkat kebutuhan importir.

Kata kunci : ekspor, produk, UMKM, *market matching*

Abstract

MSME is a community business group that does not yet have an integrated system as a large industry, making it difficult to access information about the location of foreign markets. This research develops Market Matching Application for determining the location of foreign marketing and the number of products that must be exported to reduce the number of losses due to the congestion of turnover of goods making it profitable for MSME. Steps to develop a Market Matching System are identification and analysis of ongoing export marketing activities in MSME, designing a marketing system appropriate to the analysis, establish market matching system, and system implementation. Market Matching application produces recommendation of export destination according to product category and requirement level of importer.

Keyword : export, product, MSME, *market matching*

PENDAHULUAN

Saat ini ekspor produk UMKM mempunyai kendala dalam perputaran produk yang lambat di negara-negara importir dikarenakan stok produk tidak

segera habis terjual di Negara tersebut dan terkadang sampai mencapai batas kadaluarsa. Hal ini disebabkan karena tidak adanya informasi mengenai perkembangan lokasi pasar dan persaingan UMKM dengan produk



yang sama. Minimnya informasi mengenai jenis dan jumlah permintaan dan persediaan produk di setiap negara sangat mempengaruhi perputaran barang.

Penentuan market ekspor yang tepat berdasarkan kriteria-kriteria yang dibutuhkan adalah salah satu upaya yang dilakukan para pelaku bisnis sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan menekan kerugian akibat resiko terlambatnya perputaran produk. Pertimbangan-pertimbangan tujuan ekspor barang merupakan kriteria yang harus diperhitungkan supaya tepat dari segala sisi pertimbangan. Kriteria-kriteria yang dipertimbangkan antara lain (1) keterbatasan finansial dari UMKM dalam memproduksi komoditas (2) Sulitnya mengetahui kebutuhan pasar ekspor, (3) sulitnya mengetahui cepat lambatnya perputaran barang di market tersebut.

Penelitian ini mengembangkan aplikasi *Market Matching* untuk pencarian tujuan ekspor yang sesuai dengan jenis produk yang dihasilkan dan dapat menekan angka kerugian akibat tersendatnya perputaran barang sehingga menguntungkan bagi para UMKM.

KAJIAN LITERATUR

Marketing

Salah satu strategi pemasaran adalah STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

A. Market Segmentation.

“Segmentasi *Global Marketing* adalah proses identifikasi segmen-segmen spesifik, baik dalam bentuk kumpulan-kumpulan negara/individu konsumen dari para pelanggan potensial dengan atribut-atribut homogen yang kemungkinan dari para pelanggan memperlihatkan respon serupa terhadap bauran pemasaran sebuah perusahaan” (Hasan dan Katsanis dalam Ade Ismi)

B. Market Targeting

Setiap perusahaan dapat masuk ke dalam satu atau beberapa segmen pasar. Setelah perusahaan mendefinisikan segmen pasarnya, market targeting mengevaluasi ketertarikan dari masing-masing segmen dan memilih segmen pasar. “Market Targeting adalah sebuah proses ketertarikan setiap segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki (Craven dalam Ade Ismi)

C. Market Positioning

Positioning menurut Tjiptono dalam Ade Ismi menjelaskan bahwa keberhasilan Positioning sangat ditentukan oleh kemampuan sebuah perusahaan untuk mendiferensiasi dirinya secara efektif

dibandingkan para pesaingnya, akan mampu memosisikan diri di dalam pikiran konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga terbentuk produk perusahaan mendapat perhatian dari konsumen.

Ekspor

Pemasaran internasional adalah aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa kepada konsumen atau pemakai pada lebih dari satu negara demi suatu keuntungan. Ekspor merupakan aktivitas perdagangan, dimana penjualakan mengirimkan batas dari daerah pabeannya ke daerah pabean negara lain (Tanjung dalam Ade Ismi). Menurut Kotler dan Amstrong pada Febriyani Bachri, Ekspor merupakan salah satu transaksi yang paling banyak dilakukan oleh para pelaku usaha.

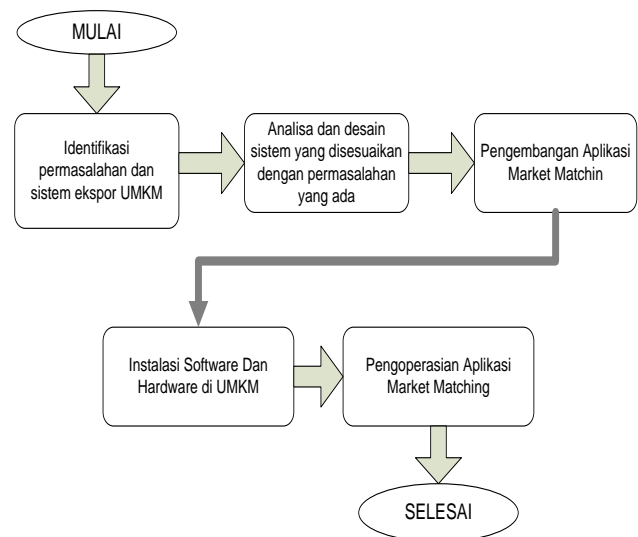
METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini merupakan kombinasi antara penelitian eksperimental dan applied research untuk mendesain sistem Market Matching untuk pencarian tujuan ekspor. Untuk mendapatkan sistem yang memberikan keuntungan yang optimal bagi UMKM, penelitian ini memiliki tahapan tersebut adalah :

a) Identifikasi permasalahan dan Sistem Ekspor pada UMKM.

- b) Analisa dan desain sistem yang disesuaikan dengan permasalahan yang ada
- c) Pengembangan software Market Matching
- d) Instalasi software dan hardware di UMKM
- e) Pengoperasian Aplikasi Market Matching

Tahapan pelaksanaan kegiatan tampak pada sebagai berikut :



Gambar 1 Tahapan Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data tujuan ekspor yang diambil dari Disperindag Jawa Timur berupa data Excel yang menjadi data awal dari Aplikasi Market Matching, seperti pada tabel 1. Data ini berisi Nama Importir (*Buyer*), Alamat Importir

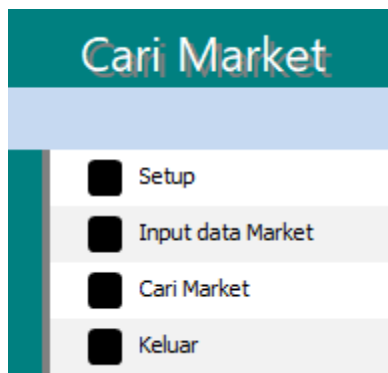


(Address), Kota (City), Negara (Nation), Benua (Region), Telepon, Fax, Jenis Produk (Product).

Tabel 2 Data Tujuan Ekspor

DAFTAR BUYER							
DIRAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2010							
No	Buyer	Address	City	Nation	Region	Telephone, fax & E-mail	Product
1	1-BOS LIMITED	27 Imrie Street, P.O. Box 672, Randolph, MA 02368 USA	Massachusetts	USA	America	Phone: 1-781-963-4040, Fax: 1-781-963-4048, sales@a-bos.com	Fishery Products
2	21 Advertising Co., Ltd.	273 First Floor, 397B Street	Yangon	Myanmar	Asia	Phone: 951242276	Furniture, Wooden Furniture
3	21ST CENTURY MARKETING CO., LTD.	41 Landagan Street, Santol	Manila	Philippines	Asia	Phone: 63-743-3257, Fax: 63-746-5382, yvyan@info.com.ph	Machinery
4	24TEXTILWAREN DE - UWE SCHITTENHELM	Lehenstrasse 12	Bindlach	Germany	Europe	Phone: (09230) 587960, Fax: (09200) 937960, info@24textilwaren.de	Garments Made Up of Fabrics, Textile & Garments, knitted or crocheted
5	5th SEASON ELECTRONIC CO	Perumahan Chateau Bldg. 4th Floor, Unit 31, Parvaneh Ave. Next to Rongor Park, Ocha Bridge, Jaka Al Ahmad Highway (P.O. Box 14395-591)	Telereh	Indo	Asia	Phone: (09-21) 88637414, 88651334, 98-611-4427801, 442, Fax: (09-21) 88651338, 88651338, info@5thseason.net	Electronic Equipment
6	A ABALKHAIL TRADING EST	PO Box 50712	Duba	United Arab Emirates	Asia	Phone: (971) 4 377929, Fax: (971) 4 379004	Doors of Wood, Windows of Wood
7	A&A GLOBAL INDUSTRIES, INC.	17 Stimersen Lane, Cockeysville (P.O. BOX 5616, Timonium, MD 21094-5616)	Maryland	USA	America	Phone: 1-800-638-6000 or 410-212-1020, Fax: 1-800-800-1310 or 410-252-7137, info@aafobalind.com	Ohl. Games, Operated by Coin, Basketball & Discs, Ohl. Toys
8	A&D HOME FASHION	Pathokeweg 9 A-003	Brugge	Belgium	Europe	Phone: +32 5010473, Fax: +32 5032829, amold@ad-home-fashion.be	Furniture, Handicrafts, Leather Products, Wooden Products

Dari data Excel ini dibuat software menggunakan Microsoft Access menjadi Aplikasi Market Matching. Menu Utama dari Aplikasi Market Matching terlihat pada gambar 2

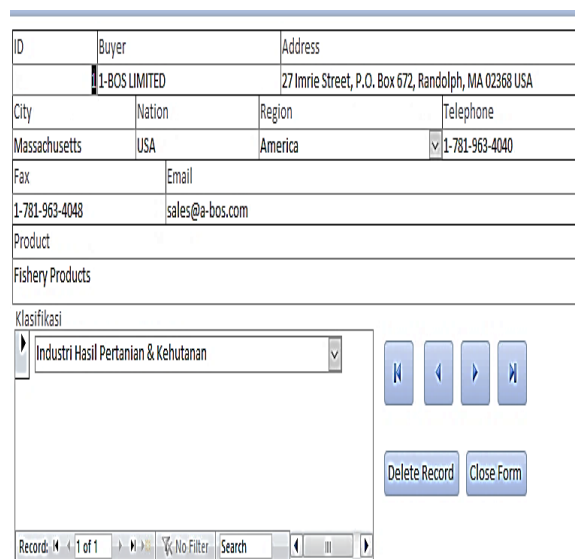


Gambar 2 Menu Utama

Dikarenakan data tujuan ekspor yang didapat sebanyak lebih dari 500, maka dikategorikan menjadi 7 Product Class, seperti pada gambar 3.



Gambar 3 Kategori Tujuan Ekspor Data awal diinputkan ke Aplikasi Market Matching berdasarkan kategori Tujuan Ekspor, seperti pada gambar 4.



Gambar 4 Input Data

Data tujuan ekspor yang telah diinputkan dapat dilakukan pencarian dengan beberapa cara, yaitu, pencarian berdasar benua (Region), pencarian berdasar kategori (Product Class), dan pencarian berdasar benua dan kategori, seperti pada gambar 5



Gambar 5 Jenis Pencarian

Hasil pencarian berdasar kategori dapat dilihat pada gambar 6, sedangkan berdasarkan benua dapat dilihat pada gambar 7.

Market berdasar Kategori				
Class	ID	Buyer		
Industri Kimia		12A.CHI.TEX. SRL		
Address				City
Via degli Artigiani 2				Naiano Cremasco
Nation	Region	Fax	Telephone	
Italy	Europa	+39 0373 278014	+39 0373 279711	
Email				
info@achitex.com				
Product				
Chemical Products				

Market berdasar Kategori				
Class	ID	Buyer		
Industri Kimia		65AL CHAMAL FOR AGRICULTURE EST		
Address				City
P.O. Box 330				Tripoli
Nation	Region	Fax	Telephone	
Libya	Africa	961 6 390 704	961 6 385 384	
Email				
elshimal@yahoo.com				
Product				
Ammonium Sulphate Fertilizer, Chemical Products, Cut Flowers for Ornamental Purposes				

Gambar 6 Hasil Pencarian Berdasarkan Kategori

Market berdasar benua				
ID	Buyer		Address	
	1I-BOS LIMITED		27 Imrie Street, P.O. Box 672, Randolph, MA 02368 USA	
City	Nation	Region	Telephone	
Massachusetts	USA	America	1-781-963-4040	
Fax	Email	Class		
1-781-963-4048	sales@a-bos.com	Industri Hasil Pertanian & Kehutanan		
Product				
Fishery Products				

Market berdasar benua				
ID	Buyer		Address	
	7A&A GLOBAL INDUSTRIES, INC.		17 Stenersen Lane, Cockeysville (P.O. BOX 5618, Timonium, M	
City	Nation	Region	Telephone	
Maryland	USA	America	1-800-638-6000 or 410-2	
Fax	Email	Class		
1-800-800-1110 or 410-252-713	info@aaglobalind.com	Industri Elektronika		
Product				
Oth. Games, Operated by Coin, Banknotes & Discs, Oth. Toys				

Market berdasar benua				
ID	Buyer		Address	
	9A&W PRODUCTS CO., INC.		14 Gardner Street, Port Jervis	
City	Nation	Region	Telephone	
New York	USA	America	(1) 845-856-5156	
Fax	Email	Class		
(1) 845-856-9772	info@awproducts.com	Industri Tekstil & Aneka		
Product				
Stationaries				

Gambar 7 Hasil Pencarian Berdasarkan Benua

Aplikasi Market Matching ini menghasilkan data buyer, yang merupakan importir yang menjadi tujuan ekspor sesuai

dengan produk UMKM. Data Buyer ini berupa Nama, Alamat, Kota, Negara, Benua, Telepon, dan Email. Hasil pencarian ini dapat disesuaikan dengan kategori produk dan benua.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan MS Access dapat dibuat Aplikasi Market Matching untuk mencari tujuan ekspor UMKM yang sesuai dengan kategori produk dan benua.
2. Dengan Aplikasi Market Matching UMKM dapat mengakses informasi tujuan ekspor dengan mudah.

Saran

Dari hasil penelitian ini dapat disarankan sebagai berikut :

1. Aplikasi Market Matching dapat dikembangkan dengan menggunakan aplikasi berbasis web atau android untuk memberi kemudahan akses bagi UMKM
2. Metode pencarian dapat dikembangkan dengan metode lain yang berbasis kecerdasan buatan

REFERENSI

Abdulkadiroglu, Atila dan Tayfun Sonmez, Matching Markets: Theory and Practice, Duke University and Boston



- college, World Congress Survey, 2010
- Darmayani, Ade Ismi, dkk. Strategi Pemasaran Kerajinan Buah Kering untuk Meningkatkan Nilai Ekspor pada UD. INDO NATURE, Lombok-NTB. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 11 No 1 juni 2014
- Enchenique, Federico dan Jorge Oviedo, a Theory of stability in many-to-many matching market, Theoretical Economics, <http://econtheory.org>, 2006
- Galichon, Alfred. Theoretical and Empirical Aspects of Matching Markets, Economics Department, Columbia University, 2011
<http://ridwaniskandar.files.wordpress.com/2009/05/93-tingkat-penjualan.pdf>
- <http://creasionbrand.blogspot.com/2012/06/10-solusi-menjual-stok-barang-lama.html>
- Lestari, Ni Putu Nina Eka, Strategi Pemberdayaan Industri Kecil Kerajinan Ukiran Kayu di Kabupaten Gianyar Provinsi Bali, 2014
- Nurhasanah, Nunung dan Siti Nur Fadlilah A, Pemodelan Strategi Pemasaran produk Barang Jadi Tekstil Berdasarkan Pendekatan Simulasi Sistem Dinamik pada Industri Kecil Menengah di Kota Bogor, J@TI Undip, Vol VII, No 1, Januari 2012
- Syahdi, Oni Fajar, dkk. Analisis Permintaan Pasar Ekspor terhadap Produk Udang Beku (Frozwn Srimphs/Prawn) Indonesia, 2013, Agrica (jurnal Agribisnis Sumatera utara) Vol. 1 No.1/ Juli 2013.
- Wulandari, Fera Tri. Implementasi Fuzzy Topsis dalam Perencanaan Strategi Bisnis, <http://journal.unwidha.ac.id/>, Magistra Vol 25, No 85, 2013
- Yeon-Koo Che, Olivier Tercieux, Efficiency and Stability in Large Matching Markets, Cowles Foundation For Research in Economics Yale University, 2015