

PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU UMKM MELALUI *TOURISM MARKETING JEMBER FASHION CARNAVAL* DI KABUPATEN JEMBER

Maura Aurellia Prasetya

NPP.32.0536

Asdaf Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur

Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat

Email: prasetyamoraa11@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Dr. Ridwan, SE., M.Si

ABSTRACT

Problem/Background (GAP): *The problem that motivates researchers to take this title is how to increase the income of MSME actors through tourism marketing Jember Fashion Carnival in Jember Regency. Purpose: to know and describe the increase in income of MSME actors through tourism marketing Jember Fashion Carnival in Jember Regency and provide an impact on the community in Jember Regency. Method: using qualitative research methods with a descriptive approach. The data collection techniques used were primary data sources obtained from interviews and observations, while secondary data were obtained from documentation. Using purposive sampling and snowball sampling in determining informants. Results/Findings: the findings obtained are that the increase in income of MSME actors through Tourism Marketing Jember Fashion Carnival in Jember Regency as a whole is true that there is an increase in the income of each MSME actor when the JFC event takes place. This has been measured based on the four dimensions of the theory used. In the implementation of the JFC event which lasted for three days, MSME actors who participated said that there was an increase in income compared to income on the usual day. The income increased about more than twice. However, the reality that occurred in the field in 2024 was a total decrease in overall economic income not in the income of each MSME actor. Conclusion: based on the results found, market access that has not been able to expand its reach, digitalization and promotion that is not optimal, the revitalization of Jember Regency Square which is a venue zone for MSME actors to sell and unfavorable weather factors. So that this is what causes a reduction in MSME actors which has an impact on reducing income in 2024.*

Keywords: *Income Increase, MSMEs, JFC, Tourism Marketing*

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Permasalahan yang melatarbelakangi peneliti untuk mengambil judul ini ialah bagaimana peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing* Jember Fashion Carnaval di Kabupaten Jember. **Tujuan:** untuk mengetahui dan mendeskripsikan peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing* Jember Fashion Carnaval di Kabupaten Jember dan memberikan dampak kepada Masyarakat di kabupaten Jember. **Metode:** menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni Sumber data primer diperoleh dari wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi. Menggunakan *Purposive sampling* dan *snowball sampling* dalam menentukan informan. **Hasil/Temuan:** temuan yang diperoleh yakni Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Melalui *Tourism Marketing* Jember Fashion Carnaval Di Kabupaten Jember secara keseluruhan benar adanya terjadi peningkatan pendapatan masing-masing pelaku UMKM pada saat acara JFC berlangsung. Hal ini telah diukur berdasarkan empat dimensi dari teori yang digunakan. Pada pelaksanaan acara JFC yang berlangsung selama tiga hari para pelaku UMKM yang ikut berpartisipasi mengatakan bahwa terjadi peningkatan pendapatan dibandingkan dengan pendapatan di hari biasanya. Pendapatan meningkat sekitar lebih dari dua kali lipat. Akan tetapi, realita yang terjadi di lapangan pada tahun 2024 adanya total penurunan pendapatan ekonomi secara keseluruhan bukan pada pendapatan masing-masing pelaku UMKM. **Kesimpulan:** berdasarkan hasil yang ditemukan, akses pasar yang belum mampu memperluas jangkauan, digitalisasi dan promosi yang kurang maksimal, adanya revitalisasi Alun-alun Kabupaten Jember serta faktor cuaca yang tidak mendukung. Sehingga hal inilah yang menyebabkan berkurangnya pelaku UMKM yang berdampak pada penurunan pendapatan di tahun 2024.

Keywords: Peningkatan Pendapatan, UMKM, JFC, *Tourism Marketing*

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Menurut Wahab (2008) menjelaskan pariwisata sebagai segala hal yang berkaitan dengan pariwisata yang terdiri dari pengelolaan tempat wisata, keindahan wisata, dan kegiatan berusaha terkait yang mendukung dibidang tersebut (Takome et al., 2021). Potensi wisata yang cukup besar dapat dikembangkan menjadi salah satu sumber pendapatan utama daerah. Sarana dan prasarana pendukung juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik wisata dan menjadi faktor utama daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Pariwisata memiliki peran dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Wulandari & Firdausy, 2020). Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah mengatur bahwa pariwisata merupakan urusan pemerintah yang bersifat konkuren dan opsional. Dalam konteks ini, pemerintah pusat dan daerah berbagi tugas dalam pengelolaan serta pengembangan pariwisata.

Peningkatan ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan ekonomi

Indonesia. UMKM telah berperan sebagai motor pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menghadapi krisis ekonomi dan membantu penyerapan tenaga kerja. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mempunyai peranan yang sangat penting dalam menggeliatkan perekonomian nasional. UMKM berpartisipasi membantu meningkatkan pendapatan negara, membuka lebih banyak lapangan pekerjaan untuk rakyat, serta meningkatkan pendapatan masyarakat yang masih memiliki penghasilan di bawah rata-rata (Maulana Nusanfa et al., 2024).

Jember *Fashion Carnaval* (JFC) merupakan pelopor karnaval modern dengan memamerkan busana yang sangat menarik dan *runway* sepanjang 3.6 km. JFC sebagai ikon pariwisata di Kabupaten Jember yang termasuk dalam agenda tahunan. JFC berhasil mentransformasi Jember menjadi kota wisata budaya dan memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian Jember (Permani, 2024). Sehingga mampu menarik perhatian wisatawan domestik dan mancanegara. JFC memiliki dampak secara langsung terutama pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember termasuk kontribusi dalam pendapatan daerah. Dalam hal ini, pelaku UMKM juga merasakan hasil dari dampak pagelaran JFC, seperti meningkatnya laba yang didapatkan selama acara berlangsung serta mampu meningkatkan daya tarik wisatawan untuk membantu pelaku UMKM melariskan dagangannya.

Tabel 1. 1
Pendapatan Pelaku UMKM Pada Pelaksanaan
Jember Fashion Carnaval Tahun 2023-2024

No	Tahun	Total UMKM	Total PKL	Total Pusat Oleh Oleh	Total Omset Keseluruhan	Total Profit (UMKM + Pkl)
1.	2023	802	1746	19	2.896.984.500	1.875.563.865
2.	2024	238	1762	19	1.810.325.100	1.184.084.983

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, 2024

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember melalui tabel 1.1, terjadi penurunan jumlah UMKM dan penurunan omset yang cukup drastis. Sedangkan, jumlah PKL mengalami sedikit kenaikan serta jumlah pusat oleh-oleh tetap stabil. Terjadinya penurunan omset pendapatan pelaku UMKM pada tahun 2024 sebesar 37,5% dibandingkan tahun 2023. Total UMKM, PKL, dan pusat oleh oleh pada tahun 2023 berjumlah 2.548 sedangkan pada tahun 2024 berjumlah 2.000 (Bestari Kumala Dewi, 2023) Terdapat penurunan pelaku UMKM, PKL, dan pusat oleh oleh sebesar 21,5%. Pendapatan UMKM yang dihasilkan ketika pelaksanaan JFC berlangsung mengalami peningkatan yang cukup besar dibandingkan hari hari biasa. Pada tahun 2023, pendapatan UMKM rata-rata meningkat sebesar 70% dibandingkan hari biasa. Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui aspek-aspek dominan yang menentukan (Ariawan et al., 2024)

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Terjadi sebuah permasalahan yang terjadi antara potensi besar *event* Jember *Fashion Carnaval* (JFC) sebagai ajang promosi wisata dan memiliki dampak yang cukup besar dirasakan langsung oleh pelaku UMKM di Kabupaten Jember. Di satu sisi, JFC terbukti mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM saat acara berlangsung. Para pelaku UMKM mampu meraup keuntungan penjualan mereka bisa naik lebih dari dua kali lipat dibandingkan hari biasanya. Ini tentu menjadi peluang yang sangat besar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal. Namun, di sisi lain, realita di lapangan menunjukkan adanya masalah serius. Pada tahun 2024, justru terjadi penurunan total pendapatan ekonomi pelaku UMKM meskipun acara JFC tetap berjalan dan pengunjung tetap ramai. Penurunan ini terjadi karena beberapa faktor: akses pasar yang masih terbatas, kurang optimalnya penggunaan digitalisasi dan promosi, adanya revitalisasi Alun-Alun Jember (yang mengganggu *venue exhibition* UMKM), serta cuaca buruk yang tidak mendukung kegiatan luar ruangan. Kesenjangan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan event besar seperti JFC tidak secara otomatis menjamin peningkatan ekonomi yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Ada banyak faktor lain yang harus diperhatikan untuk benar-benar memanfaatkan peluang ini secara maksimal. Di sinilah pentingnya penelitian ini dilakukan, untuk mencari tahu bagaimana peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing* Jember *Fashion Carnaval* di Kabupaten Jember, dan bagaimana tantangan dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *Tourism marketing* Jember *Fashion Carnaval* di Kabupaten Jember.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks peningkatan pendapatan pelaku UMKM maupun konteks Jember Fashion Carnaval. Penelitian Sariana Damis pada tahun 2024 yang berjudul Peningkatan Pendapatan Usaha UMKM Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis menemukan bahwa Terdapat perbedaan dalam peningkatan pendapatan yang terlihat dari pendapataran UMKM Asoka. Terdapat perbedaan yang signifikan dalam peningkatan pendapatan dilihat dari data pada bulan Februari sampai pada bulan Juli Penggunaan digitalisasi sangat membantu Pelaku UMKM dalam pemasaran produk (Damis & Hernianti Harun, 2024). Penelitian selanjutnya yang berjudul Penurunan Pendapatan UMKM Akibat Covid-19 oleh Zefanya Diva Santika menemukan bahwa Berbagai UMKM di Indonesia mengalami penurunan hal ini terjadi karena adanya penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar. PSBB mengakibatkan perubahan perilaku konsumen dalam masyarakat seperti tidak melakukan jual beli diluar rumah (Santika & Maulana, n.d.). Kemudian, Penelitian Dipa Maulana Nusanfa, dkk menemukan bahwa Dengan adanya event JFC ini para pelaku UMKM mendapatkan untung yang cukup besar dibandingkan dengan hari-hari biasa. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dampak adanya event JFC yakni terjadi peningkatan pendapatan bagi para pelaku UMKM yang berjualan atau membuka stand disekitar tempat kegiatan (Maulana Nusanfa et al., 2024).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Dindi Bima Pramudya, pada tahun 2022 menemukan bahwa Pengaruh JFC terhadap peningkatan pendapatan pariwisata yakni Kehadiran pengunjung selama acara JFC tentu berdampak pada pendapatan pariwisata di Kabupaten Jember. Banyaknya wisatawan yang berkunjung tentu akan meningkatkan pendapatan hotel, penginapan, restoran, dan fasilitas transportasi di Kabupaten Jember (Pramudya et al., 2023). Kemudian penelitian terakhir yang dilakukan oleh Diva Ummul Nabilla, dkk pada tahun 2024 menemukan bahwa dampak dan peran ekonomi kreatif sangat besar dalam Jember Fashion Carnaval (JFC) bagi masyarakat. Dampak dan peran yang dimaksud adalah dari adanya JFC tersebut Masyarakat setempat dapat meningkatkan perekonomian keluarga mereka, seperti adanya membangun UMKM pada daerah kampoeng kreatif. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana dampak dan peran dari ekonomi kreatif Jember Fashion Carnaval (JFC) mampu membantu masyarakat Jember untuk meningkatkan kesejahteraannya dalam hal perekonomian (Diva et al., 2024).

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *Tourism Marketing Jember Fashion Carnaval*. Selain itu, dimensi dan indikator yang difokuskan dan digunakan juga berbeda dari penelitian sebelumnya yakni menggunakan pendapat dari Kotler dan Armstrong (2016) yang menyatakan bahwa *Marketing mix* memiliki empat dimensi yakni *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (Tempat), and *Promotion* (Promosi) (Kotler & Armstrong, 2010). Adapun Lokasi yang menjadi fokus penelitian juga berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur.

1.5. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui dan mendeskripsikan peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing Jember Fashion Carnaval* di Kabupaten Jember, dan untuk mengetahui dan mendeskripsikan tantangan dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *Tourism marketing Jember Fashion Carnaval* di Kabupaten Jember.

II. METODE

Metodelogi penelitian yang mana metodelogi penelitian ialah sekumpulan metode penelitian yang dapat digunakan oleh mahasiswa, peneliti, dan penggiat ilmu pemerintahan dalam menyelesaikan tugas akhir yang ditugaskan seperti skripsi (Simangunsong, 2016). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai penelitian partisipatif yang model penelitiannya bersifat luwes dan menyesuaikan keadaan di lapangan. Sumber data yang diperoleh melalui sumber primer dan sumber sekunder. Teori utama yang digunakan adalah *Marketing Mix* oleh Kotler & Armstrong, 2016 yang mencakup empat dimensi *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Penelitian ini memilih informan menggunakan metode *Purposive Sampling* dan metode teknik *snowball*

sampling. Teknik *sampling* adalah cara atau teknik yang digunakan dalam mengambil sampel penelitian (Nurdin & Dra Sri Hartati, 2019). Pada penelitian ini, peneliti memiliki mengklasifikasikan pemilihan informan dilakukan dengan membagi dalam beberapa kategori yakni Kelompok pemerintah dan birokrasi, kelompok pengelola Jember Fashion Carnaval, kelompok pelaku UMKM, kelompok wisatawan atau pengunjung. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, dan dokumentasi (Nasution, 2023). Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian menggunakan metode ini Miles and Hubberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan Kesimpulan (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, Dinas Pariwisata Kabupaten Jember, Gedung Jember Nusantara dan Kantor Jember Fashion Carnaval Center. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan kemudahan akses data dan lokasi penelitian, serta dapat menjamin kredibilitas data penelitian karena didapatkan secara langsung.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Melalui *Tourism Marketing Jember Fashion Carnaval* Di Kabupaten Jember

Pada penelitian peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Melalui *Tourism Marketing Jember Fashion Carnaval*. Analisis dalam penelitian ini menggunakan teori *Marketing Mix* oleh Kotler dan Armstrong yang mencakup empat dimensi: *product, price, place, dan promotion*. Keempat elemen ini menjadi indikator utama dalam melihat sejauh mana peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing JFC* berkontribusi terhadap di Kabupaten Jember. Berdasarkan dimensi yang telah diuraikan tersebut maka peneliti mendeskripsikan hasil penelitian yang diperoleh dari para informan yang berpartisipasi dalam rangka upaya peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing Jember Fashion Carnaval* di Kabupaten Jember yang dikaitkan dengan menggunakan teori *Marketing Mix* oleh Philip Kotler dan Gery Armstrong sebagai pisau analisis yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. *Product*

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, dan dikonsumsi dengan harapan mampu memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. JFC sebagai pagelaran tahunan yang eksis ini memberikan kontribusi banyak bagi perekonomian di Kabupaten Jember. Selaras dengan diadakannya event ini tentunya mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Jember. Pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam JFC menawarkan beragam produk unggulan, seperti makanan khas, minuman, kerajinan tangan, batik, dan *ecoprint*.

Semua produk UMKM yang akan dipasarkan tentunya melalui *quality control* untuk memastikan apakah sudah sesuai dengan standar atau belum. Kualitas produk berbeda beda ketahanannya tergantung produk tersebut apa yang dijual, jika makanan dan minuman tentu tidak akan bertahan lama. Kemasan yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan seperti menggunakan plastik, kardus, Box Premium,

bahkan ada yang tidak perlu menggunakan kemasan. Pendapat diatas juga menguatkan bahwa gaya dan desain produk sangat diperhatikan karena yang pertama kali dilihat,

Produk-produk tersebut telah melalui proses kurasi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Diskopum) dan dianggap sebagai representasi ekonomi kreatif lokal. Inovasi desain dan kemasan menjadi perhatian utama agar menarik minat pengunjung yang berasal dari berbagai daerah bahkan mancanegara.

2. Price

Price atau Harga adalah nilai (dalam mata uang) yang wajib dibayarkan konsumen untuk mendapatkan atau membeli produk yang diinginkan. Pelaku UMKM mematok harga jual atas produknya disesuaikan dengan bahan baku yang mereka gunakan, oleh sebab itu akan banyak variasi harga akan tetapi tetap terjangkau oleh para pembeli. Niat beli pelanggan adalah nilai pengukuran untuk memprediksi penjualan produk tertentu di masa depan, meskipun itu bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemasaran (Panuju et al., 2020).

Tabel 3. 1

**Dampak Ekonomi Kerakyatan Event Jember Fashion Carnaval (JFC)
Periode Tahun 2022 - 2024**

	Tahun		
	2022	2023	2024
Total Perputaran Dampak di Jember	Rp 57.365.905.000	Rp85,526,430,000	Rp 86,925,318,000

Sumber: *Team Exhibition Jember Fashion Carnaval*

Berdasarkan Tabel 3.1 diatas, dampak dari ekonomi kerakyatan dikarenakan adanya event JFC ini memberikan dampak yang sangat besar kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Jember. Total perputaran dampak di Kabupaten Jember dari berbagai aspek bahwa terjadi peningkatan ekonomi kerakyatan masyarakat. Pada tahun 2023 terjadi peningkatan pendapatan masyarakat sebesar 32,92% dibandingkan tahun 2022. Akan tetapi pada tahun 2024, terjadi peningkatan pendapatan masyarakat hanya meningkat sebesar 1,6%. Angka ini terpaut cukup jauh jika dibandingkan prosentase peningkatan pendapatan pada tahun sebelumnya.

Penetapan harga disesuaikan dengan segmen pengunjung JFC yang heterogen. UMKM diberikan pelatihan oleh Diskopum untuk menentukan harga yang kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas produk. Selain itu, sebagian besar UMKM mulai menerapkan sistem pembayaran non-tunai guna memperluas kenyamanan transaksi meskipun masih juga menerapkan pembayaran secara tunai. Selain itu, ada beberapa pelaku UMKM yang memberikan diskon untuk menarik pembeli untuk membeli produk mereka.

Hasil penelitian secara langsung di lapangan ditemukan bahwa benar terjadi peningkatan pendapatan pelaku UMKM akan tetapi justru terjadi penurunan total pendapatan keseluruhan pelaku UMKM hal ini telah dinyatakan oleh Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember serta Kepala Bidang Pemasaran yang menyatakan bahwa penurunan pendapatan ini terjadi karena

adanya revitalisasi alun-alun Jember yang mana sebagai *venue* atau area zona pelaku UMKM menjual produknya.

3. Place

Suatu lokasi yang mengacu pada berbagai praktik bisnis yang bertujuan membuat produk yang diproduksi atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, yang dalam hal ini melibatkan bagaimana cara produk atau layanan disampaikan kepada konsumen dan penempatan strategis dari lokasi tersebut (Kaniu et al., 2023).

Pelaku UMKM menempati berbagai zona area untuk menjajakan produknya. Mulai dari *venue* zona A *street Runway* mulai dari Masjid Jami Al-Baitul amien, dan Zona B yang ditetapkan di dalam area Alun alun Jember.

Gambar 3. 1
Layout penataan tempat di area zona B Jember Fashion Carnival



Sumber: *Jember Fashion Carnival, 2024*

Terdapat dua zona yakni Zona A dan Zona B.

- Zona A *street runway*, zona yang dikoordinir oleh pihak Diskopum sehingga pihak JFC hanya menyiapkan kontennya saja untuk tempat dan *standnya* mempersilahkan para pelaku UMKM membuka lapaknya sendiri. JFC menyiapkan pembatas untuk *show* dan tidak full kurang lebih 2km. Sehingga masyarakat mencari tempat sendiri untuk berjualan.
- Zona B di area exhibition, pihak JFC menyiapkan spot untuk UMKM yang sifatnya kerajinan dan aksesoris, UMKM makanan dan minuman yang mana area ini ditentukan oleh team exhibition JFC berdasarkan pelaku UMKM yang sudah mendaftar ataupun yang telah masuk ke dalam bagian Exhibition.

4. Promotion

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya (Kaniu et al., 2023). Pelaku UMKM dan *team marketing JFC* telah melakukan indikator *promotion* yaitu *advertising* dan *personal selling*.

Bentuk *advertising* dan *personal selling* oleh para pelaku UMKM dan *team marketing JFC* yaitu mempromosikan produk mereka dengan caranya masing-masing. Selain itu, *team marketing JFC* mempunyai cara tersendiri dalam membantu mempromosikan usaha agar menarik perhatian pengunjung yakni salah satunya dengan membuat *snapgram* di *Instagram* khusus exhibition JFC saja dan mempromosikan secara langsung di area alun-alun.

3.2. Tantangan dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM pada Jember Fashion Carnaval

Peningkatan pendapatan pelaku UMKM di perhelatan JFC menghadapi beberapa tantangan yang cukup merepotkan. Meskipun acara ini berhasil menarik ribuan pengunjung dan meningkatkan omzet pelaku UMKM secara drastis dengan rata-rata pendapatan naik hingga 70% selama acara, akan tetapi masih ada masalah yang mendasar yang perlu diatasi, terdapat beberapa tantangan dalam peningkatan pendapatan:

1. Akses Pasar Terbatas: Banyak pelaku UMKM masih kesulitan menembus pasar nasional maupun internasional.
2. Digitalisasi juga menjadi suatu tantangan besar bagi pengembangan UMKM di Jember. Kemampuan memanfaatkan *platform online* dan transaksi digital sangat penting. Akan tetapi banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam mengadopsi teknologi ini, yang dapat membantu mereka dalam pemasaran produk dan meningkatkan pendapatan
3. Revitalisasi alun-alun jember serta faktor cuaca yang mempengaruhi adanya penurunan total pendapatan pelaku UMKM. Dengan adanya revitalisasi alun-alun yang mana sebagai area zona UMKM dan faktor cuaca pada *kids carnival* yang tidak mendukung menjadi sebuah tantangan berat, sehingga mempengaruhi total penurunan pendapatan pelaku UMKM secara keseluruhan juga ikut berpengaruh sekitar 37,51%.

3.3. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pelaksanaan peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui event JFC memberikan banyak dampak positif di berbagai lapisan masyarakat terutama kepada para pelaku UMKM di Kabupaten Jember. Dalam hal ini Dinas Koperasi dan Usaha Mikro serta Dinas Pariwisata Kabupaten Jember telah berupaya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Jember, salah satunya melalui pagelaran Jember Fashion Carnaval. Event ini merupakan acara tahunan yang mana dapat menjadi multiplier effect karena semua elemen terdampak akibat adanya acara ini (RRI, 2024). Pernyataan tersebut mengandung arti bahwa benar terjadi peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Penulis menemukan temuan penting yakni jika dibandingkan dengan hari biasanya, keuntungan yang didapat Ketika

pelaksanaan kegiatan mampu meraup omset dua hingga tiga kali lipat dari hari biasanya. Sama halnya dengan temuan Dipa Maulana bahwa dengan adanya event JFC ini para pelaku UMKM mendapatkan untung yang cukup besar dibandingkan dengan hari-hari biasa (Maulana Nusanfa et al., 2024).

Berbeda dengan temuan penelitian yang disampaikan oleh Dindi Bima, yang lebih menekankan pada pengaruh JFC memberikan dampak salah satunya dengan kehadiran pengunjung selama acara JFC yang sangat meningkat hal inilah tentu memberikan efek peningkatan seperti pendapatan hotel, penginapan, dan restoran (Pramudya et al., 2023). Temuan ini juga memperkuat temuan penelitian sebelumnya karena dinyatakan pada data yang disampaikan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember menyatakan bahwa pendapatan pelaku UMKM pada tahun 2023 meningkat sebesar 70% jika dibanding hari biasa sebesar 2.896.984.500. Akan tetapi, yang terjadi pada 2024 terjadi penurunan total omset para pelaku UMKM sebesar 37.5% jika dibandingkan pada tahun 2023 menjadi 1.810.325.100.

Temuan penting lainnya yang membedakan dengan penelitian yang lainnya yaitu pada dimensi product, produk yang dijual ketika exhibition JFC yakni makanan dan minuman, Craft, Souvenir, dan Ecoprint. Semua produk UMKM yang akan dipasarkan tentunya melalui quality control, serta menggunakan kemasan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Pada dimensi Price, harga sangat terjangkau oleh para pembeli. Selain itu ada beberapa yang memberikan diskon untuk menarik pembeli untuk membeli produk mereka yang mana metode pembayaran sebagian besar menggunakan cash dan Qris, selain memudahkan masyarakat tentunya hal ini lebih efektif dan efisien. Selanjutnya pada dimensi place, Terdapat dua zona yakni Zona A street runway dan Zona B exhibition. Dimensi terakhir yakni promotion, pelaku UMKM dan team marketing JFC melakukan indikator promotion yaitu advertising dan personal selling. mempromosikan produk mereka dengan caranya masing-masing. Selain itu, team marketing JFC mempunyai cara tersendiri dalam membantu mempromosikan usaha agar menarik perhatian pengunjung yakni salah satunya dengan membuat snapgram di Instagram khusus exhibition JFC saja dan mempromosikan secara langsung di area alun-alun.

IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa pertama, dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM pada pelaksanaan *Jember Fashion Carnival* para pelaku UMKM dan Pihak terkait seperti Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, Team JFC, serta Dinas Pariwisata Kabupaten Jember telah melakukan berbagai upaya dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM berdasarkan teori marketing mix oleh Philip Kotler dan Gery Armstrong (2016) yang meliputi dimensi *product, price, place, dan promotion* ini dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan keuntungan yang didapatkan pelaku UMKM ketika JFC berlangsung dan lebih meningkat dibandingkan dengan hari biasa. Sehingga hal ini menyebabkan terjadinya peningkatan pendapatan pribadi pelaku UMKM. Namun, terdapat beberapa tantangan yang menghambat peningkatan pendapatan secara optimal.

Pertama, akses pasar yang masih terbatas, dengan banyak pelaku UMKM kesulitan menembus pasar nasional dan internasional. Kedua, digitalisasi menjadi tantangan besar karena banyak pelaku UMKM kesulitan mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran dan transaksi. Ketiga, revitalisasi alun-alun Jember yang merupakan zona UMKM dan faktor cuaca yang tidak mendukung pada acara kids carnival telah menyebabkan penurunan total pendapatan pelaku UMKM sekitar 37,51%.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu, Lokasi, dan biaya penelitian sehingga belum mampu menjangkau seluruh informan yang dibutuhkan. Penelitian hanya dilakukan pada satu kabupaten saja sebagai model studi kasus yang dipilih.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa yang berkaitan dengan peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui *tourism marketing Jember Fashion Carnaval di Kabupaten Jember*.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih banyak diucapkan pada Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Jember, dan Presiden Jember *Fashion Carnaval* beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu menyukseskan selama pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Ariawan, I. P. W., Sugandini, W., Ardana, I. M., Sugiharni, G. A. D., Gama, A. W. O., & Divayana, D. G. H. (2024). Forms and Field Trials of a Digital Evaluation Tool: Integrating F-S Model, WP Method, and Balinese Local Wisdom for Effective E-Learning. *Journal of Applied Data Sciences*, 5(2), 441–454. <https://doi.org/10.47738/jads.v5i2.201>

Bestari Kumala Dewi. (2023, August 6). *Libatkan 2.548 UMKM, Jember Fashion Carnaval Pecahkan Rekor MURI*. Kompas.Com.

Damis, S., & Hernianti Harun. (2024). *Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis*. 5, 325–331.

Diva, *, Nabilla, U., Setyaningrum, R., & Kharimah, I. (2024). Dampak dan Peran Ekonomi Kreatif Jember Fashion Carnaval (JFC) Dalam Pembangunan Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Jember. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(3), 85–89. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i3.3428>

Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym Analysis Of The Influence Of Marketing Mix (4p) On Purchasing Decisions In Hardcore Gym. *1246 Jurnal EMBA*, 11(4), 1426–1256.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*.
- Maulana Nusanfa, D., Diky Firmansyah, A., Tubagus, A., Karomi, H., & Arifin, I. F. (2024). analisis dampak adanya jember fashion carnaval terhadap umkm jember. In *Jurnal Pemikiran dan Kajian Pendidikan* (Vol. 8, Issue 7).
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- Nurdin, I., & Dra Sri Hartati, Ms. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*.
- Panuju, A. Y. T., Ambarwati, D. A. S., & Susila, M. D. (2020). Implications of automotive product sustainability on young customers' purchase intention in developing countries: An experimental approach. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 857(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/857/1/012024>
- Permani, A. W. (2024, August 4). JFC Masuk Top 10 Karisma Event Nusantara 2024 Kemenparekraf. *Rri.Co.Id*.
- Pramudya, D. B., Soewarni, I., Hari, W., & Widodo, S. (2023). Pengaruh Jember Fashion Carnaval (Jfc) Terhadap Pariwisata Di Kabupaten Jember the Effect of Jember Fashion Carnaval on Tourism in Jember District. *ITN Malang Jalan Bendungan Sigura-Gura*, 65145(2).
- Santika, Z. D., & Maulana, A. (n.d.). Penurunan Pendapatan UMKM Akibat Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Penalaran dan Penelitian Nusantara* (Vol. 1). <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/ppn>
- Simangunsong, F. (2016). *Buku Metodologi Penelitian Pemerintahan : Teoritik, Legalistik, Empirik, Inovatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Takome, S., Suwu, Evie. A. A., & Zakarias, J. D. (2021). Dampak Pembangunan Pariwisata Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Lokal Di Desa Bobanehena Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. *JURNAL ILMIAH SOCIETY, 1 NO. 1 TAHUN 2021*.
- Wulandari, N., & Firdausy, C. M. (2020). Effectiveness of policies and programs in optimising tourism resource potentials in Indonesia: a research note. In *Int. J. Tourism Policy* (Vol. 10, Issue 2).