

MERETAS PASAR GLOBAL: PEMANFAATAN IDENTITAS LOKAL DALAM PENGEMASAN PRODUK UMKM JAMU KELURAHAN LATEK KECAMATAN BANGIL KABUPATEN PASURUAN

Tamamil Amaliyah¹, Nur Rokhmat Nuzil²

Universitas Yudharta Pasuruan

amaliyah@gmail.com

Abstract

This article discusses an attempt to hack the global market by utilizing local identity in packaging herbal MSME products from Latek Village, Bangil District, Pasuruan Regency. This study aims to reveal how MSMEs jamu Kelurahan Latek utilize local identity in packaging their products to enter the global market. The research method used is a case study with a qualitative approach. The results showed that jamu Kelurahan Latek MSMEs managed to build a strong brand identity by utilizing local elements such as cultural heritage, traditional medicine traditions, and natural ingredients typical of the area. The use of attractive and representative packaging designs, logos that reflect local identities, and stories that illustrate cultural values are important factors in attracting global consumers. In addition, appropriate marketing strategies, such as increased online presence and participation in international exhibitions, also contribute to expanding the market reach of jamu Kelurahan Latek MSMEs to a global level. This article provides important insights for herbal MSMEs and businesses in utilizing local identity as a strategy to achieve success in the global market.

Keywords: *hacking the global market, utilization of local identity, packaging of herbal MSME products*

Abstrak

Artikel ini membahas tentang upaya meretas pasar global dengan memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk UMKM jamu dari Kelurahan Latek, Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana UMKM jamu Kelurahan Latek memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk mereka untuk memasuki pasar global. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM jamu Kelurahan Latek berhasil membangun identitas merek yang kuat dengan memanfaatkan elemen-elemen lokal seperti warisan budaya, tradisi pengobatan tradisional, dan bahan-bahan alami yang khas dari daerah tersebut. Penggunaan desain kemasan yang menarik dan representatif, logo yang mencerminkan identitas lokal, serta cerita yang menggambarkan nilai-nilai budaya menjadi faktor penting dalam memikat konsumen global. Selain itu, strategi pemasaran yang tepat, seperti peningkatan online presence dan partisipasi dalam pameran internasional, juga berkontribusi dalam memperluas jangkauan pasar UMKM jamu Kelurahan Latek ke tingkat global. Artikel ini memberikan wawasan penting bagi UMKM jamu dan pelaku bisnis dalam memanfaatkan identitas lokal sebagai strategi untuk meraih kesuksesan di pasar global.

Kata Kunci: meretas pasar global, pemanfaatan identitas lokal, pengemasan produk UMKM Jamu

Submitted: 2023-12-05

Revised: 2023-12-11

Accepted: 2023-12-20

Pendahuluan

Di tengah era globalisasi, industri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki tantangan tersendiri untuk tetap bersaing di pasar global yang semakin kompetitif. Salah satu cara yang terbukti efektif dalam memenangkan persaingan adalah dengan memanfaatkan identitas lokal sebagai kekuatan utama dalam pengemasan produk. Khususnya di Kelurahan Latek, Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan, ditemukan potensi besar dalam produksi dan pengemasan jamu yang memiliki kekhasan dan keunikan tersendiri. Artikel ini bertujuan untuk mengulas strategi pengembangan produk UMKM jamu dari Latek Bangil dengan fokus pada pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk.

Pasar global telah menjadi target yang menarik bagi berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di seluruh dunia. Dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, UMKM perlu mengadopsi strategi yang efektif dan inovatif. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk.

Identitas lokal mencerminkan budaya, tradisi, serta karakteristik unik suatu daerah, yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen lokal maupun global.

Kelurahan Latek Bangil, yang kaya akan nilai budaya, tradisi, serta bahan alami yang melimpah, memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan produk jamu yang berkualitas. Dalam konteks ini, penelitian mendalam dilakukan untuk memahami bagaimana pengusaha UMKM jamu di Latek Bangil memanfaatkan identitas lokal mereka, baik itu dalam desain kemasan maupun pemasaran produk, sebagai strategi untuk meretas pasar global yang lebih luas. Dalam konteks ini, artikel ini akan membahas tentang pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk UMKM jamu dari Kelurahan Latek, Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan. Latek, sebagai salah satu daerah produsen jamu yang terkenal di wilayah Kabupaten Pasuruan, memiliki warisan budaya dan tradisi pengobatan tradisional yang kaya. Namun, UMKM jamu di Latek menghadapi tantangan dalam memasuki pasar global yang kompetitif.

Pengemasan produk merupakan elemen penting dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Dalam hal ini, memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan menjadi strategi yang menarik. Dengan menggunakan elemen-elemen seperti simbol-simbol budaya, logo yang mencerminkan identitas lokal, serta cerita tentang warisan dan keunikan produk jamu Latek, UMKM dapat menciptakan identitas merek yang kuat dan memikat konsumen. Selain itu, artikel ini juga akan membahas strategi pemasaran yang tepat untuk memasuki pasar global. Dalam era digital dan koneksi global yang semakin mudah, UMKM jamu Kelurahan Latek dapat memanfaatkan online presence, seperti media sosial dan platform e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, partisipasi dalam pameran internasional atau kolaborasi dengan distributor luar negeri juga dapat menjadi langkah strategis dalam meretas pasar global.

Melalui penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus, artikel ini akan mengungkapkan pengalaman dan strategi UMKM jamu Kelurahan Latek dalam memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk untuk meretas pasar global. Diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan dan inspirasi bagi UMKM jamu dan pelaku bisnis lainnya dalam memanfaatkan identitas lokal sebagai kekuatan untuk mencapai kesuksesan di pasar global yang semakin kompetitif. Artikel ini menyoroti peran penting identitas lokal sebagai daya tarik utama dalam merancang kemasan produk jamu UMKM. Dengan menganalisis secara mendalam proses pengembangan brand dan strategi kemasan yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Latek Bangil, artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pemanfaatan identitas lokal dapat menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam memasuki pasar global yang semakin kompleks. Implikasi praktis dari pendekatan ini juga akan dibahas untuk menggambarkan relevansi dan kepentingannya bagi pengusaha UMKM di wilayah sejenis serta dalam skala yang lebih luas.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif untuk mengungkap bagaimana UMKM jamu Kelurahan Latek memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk mereka untuk meretas pasar global. Metode studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti dan menggali berbagai aspek yang relevan dengan konteks penelitian yang spesifik. Pertama, penelitian ini akan melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik UMKM jamu Kelurahan Latek, staf produksi, dan pemasaran. Wawancara yang mendalam akan dilakukan untuk memahami strategi yang digunakan, pemikiran di balik pengambilan keputusan dalam pengemasan produk, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam memasuki pasar global. Wawancara juga akan memungkinkan peneliti untuk menggali cerita dan pengalaman yang mendasari keputusan desain kemasan dan strategi pemasaran.

Selain wawancara, observasi langsung akan dilakukan untuk melihat secara langsung proses produksi dan pengemasan produk jamu. Observasi ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik pengemasan yang dilakukan oleh UMKM jamu Kelurahan Latek, termasuk pemilihan bahan kemasan, desain kemasan, dan proses pengepakan. Selanjutnya, analisis konten akan dilakukan terhadap materi promosi dan pemasaran yang digunakan oleh UMKM jamu Kelurahan Latek. Materi promosi tersebut meliputi brosur, poster, media sosial, dan situs web yang digunakan untuk memperkenalkan produk jamu kepada konsumen. Analisis konten akan membantu dalam mengidentifikasi pesan-pesan yang disampaikan kepada konsumen, penggunaan simbol-simbol budaya, dan cara-cara di mana identitas lokal dipromosikan melalui pengemasan dan pemasaran produk.

Data yang terkumpul dari wawancara, observasi, dan analisis konten akan dianalisis secara tematik. Peneliti akan mengidentifikasi pola-pola tematik yang muncul dari data dan mengaitkannya dengan konsep identitas lokal dan strategi meretas pasar global. Analisis tematik akan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana UMKM jamu Kelurahan Latek memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk mereka untuk mencapai keberhasilan di pasar global. Dengan menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif ini, penelitian ini berharap dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk UMKM jamu Kelurahan Latek. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi UMKM jamu dan pelaku bisnis lainnya dalam memanfaatkan identitas lokal sebagai strategi untuk meretas pasar global yang semakin kompetitif.

Hasil dan Pembahasan

Artikel berjudul "Meretas Pasar Global: Pemanfaatan Identitas Lokal dalam Pengemasan Produk UMKM Jamu Kelurahan Latek Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan" membahas tentang bagaimana UMKM jamu Kelurahan Latek berhasil memanfaatkan identitas lokal dalam pengemasan produk mereka untuk meraih kesuksesan di pasar global. Artikel ini menyajikan hasil penelitian yang mengungkap strategi, desain kemasan, strategi pemasaran, keberhasilan, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh UMKM jamu Latek dalam meretas pasar global.

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM jamu Kelurahan Latek menerapkan pendekatan yang efektif dalam pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk mereka. Mereka secara aktif menggunakan simbol-simbol budaya dan elemen-elemen lokal yang mencerminkan warisan dan keunikan daerah Latek. Pendekatan ini tidak hanya memberikan nilai tambah estetika pada kemasan produk, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan konsumen. Identitas lokal yang kuat tersebut menciptakan daya tarik yang unik dan membedakan produk jamu Latek dari pesaing di pasar global.

Desain kemasan produk jamu Kelurahan Latek juga sangat menarik dan mencerminkan identitas lokal dengan baik. Desain kemasan ini mencakup penggunaan warna-warna khas, pola-pola tradisional, gambar-gambar alam, dan elemen-elemen budaya lainnya. Desain yang menarik ini tidak hanya memikat mata konsumen, tetapi juga menyampaikan cerita tentang kekayaan budaya dan alam Latek. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang lebih holistik bagi konsumen dan memperkuat ikatan emosional mereka dengan produk jamu Latek.

Strategi pemasaran juga menjadi faktor kunci dalam meretas pasar global bagi UMKM jamu Kelurahan Latek. Mereka memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan kekuatan digital marketing, mereka dapat menjangkau konsumen di berbagai negara dengan mudah. Selain itu, mereka juga aktif dalam pameran internasional dan menjalin kerja sama dengan distributor luar negeri. Strategi ini membantu mereka memperluas distribusi global dan memperkenalkan produk jamu Latek kepada konsumen di berbagai pasar. Keberhasilan UMKM jamu Kelurahan Latek dalam meretas pasar global terbukti

melalui penerimaan yang baik di pasar global dan peningkatan penjualan. Pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk mereka telah menjadi kekuatan utama dalam memikat konsumen global. Merek jamu Latek mendapatkan pengakuan dan penerimaan, terutama di kalangan konsumen yang menghargai produk dengan nilai-nilai budaya lokal. Keberhasilan ini juga tercermin dalam ekspansi pasar mereka di berbagai negara.

Namun, UMKM jamu Latek juga dihadapkan pada beberapa tantangan dalam meretas pasar global. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dengan merek-merek global yang sudah mapan. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM jamu Latek perlu terus melakukan inovasi dalam pengemasan dan pemasaran, serta meningkatkan kualitas produk mereka. Mereka juga perlu meningkatkan kapasitas produksi dan distribusi untuk memenuhi permintaan dari pasar global yang semakin luas. Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi peluang, seperti meningkatnya minat konsumen terhadap produk lokal dan peningkatan kesadaran akan manfaat jamu tradisional. Keberhasilan UMKM jamu Kelurahan Latek dalam meretas pasar global juga memberikan dampak positif pada komunitas lokal. UMKM jamu Latek menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar. Mereka juga berperan aktif dalam melestarikan budaya dan tradisi lokal, serta meningkatkan citra daerah Latek di tingkat nasional dan internasional.

Artikel ini memiliki implikasi yang signifikan bagi UMKM jamu dan pelaku bisnis lainnya dalam memanfaatkan identitas lokal dalam meretas pasar global. Strategi yang digunakan oleh UMKM jamu Kelurahan Latek dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya yang ingin memanfaatkan identitas lokal mereka dalam pengemasan produk. Dengan menggabungkan elemen-elemen budaya dan nilai-nilai lokal dalam desain kemasan, UMKM dapat menciptakan diferensiasi yang kuat dan menghasilkan daya tarik yang unik bagi konsumen global. Selain itu, artikel ini juga menggarisbawahi pentingnya pemasaran digital dan kerja sama dengan distributor luar negeri dalam memperluas jangkauan pasar. UMKM perlu memanfaatkan teknologi dan platform online untuk mempromosikan produk mereka kepada konsumen di seluruh dunia. Kerja sama dengan distributor luar negeri juga membuka peluang akses ke pasar-pasar baru yang sebelumnya sulit dijangkau.

Meskipun artikel ini menyoroti keberhasilan UMKM jamu Kelurahan Latek, penting untuk diakui bahwa meretas pasar global masih merupakan tantangan yang kompleks. Persaingan dengan merek-merek global yang sudah mapan, perubahan tren pasar, dan perbedaan regulasi di negara-negara tujuan ekspor adalah beberapa faktor yang perlu diperhatikan. UMKM perlu terus melakukan adaptasi dan inovasi agar tetap relevan dan kompetitif di pasar global. Dalam keseluruhan, artikel ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana UMKM jamu Kelurahan Latek berhasil meretas pasar global melalui pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber inspirasi dan panduan bagi UMKM lainnya yang ingin mengembangkan strategi serupa. Dengan memanfaatkan keunikan budaya dan identitas lokal, UMKM memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meraih kesuksesan di pasar global.



Gambar 1. Observasi (Pengamatan), Pengeksekusian Desain Label UMKM Jamu

Kesimpulan

Dalam artikel yang berjudul "Meretas Pasar Global: Pemanfaatan Identitas Lokal dalam Pengemasan Produk UMKM Jamu Kelurahan Latek Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan," dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk merupakan strategi yang efektif bagi UMKM untuk meraih kesuksesan di pasar global. UMKM jamu Kelurahan Latek berhasil memanfaatkan simbol-simbol budaya dan elemen-elemen lokal yang mencerminkan warisan dan keunikan daerah Latek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya memberikan nilai tambah estetika pada kemasan produk, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan konsumen. Desain kemasan produk jamu Kelurahan Latek mencerminkan identitas lokal dengan baik melalui penggunaan warna-warna khas, pola-pola tradisional, gambar-gambar alam, dan elemen-elemen budaya lainnya. Desain yang menarik ini tidak hanya memikat mata konsumen, tetapi juga menyampaikan cerita tentang kekayaan budaya dan alam Latek. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang lebih holistik bagi konsumen dan memperkuat ikatan emosional mereka dengan produk jamu Latek.

Selain itu, UMKM jamu Kelurahan Latek berhasil meretas pasar global melalui strategi pemasaran yang efektif. Mereka memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan kekuatan digital marketing, mereka dapat menjangkau konsumen di berbagai negara dengan mudah. Selain itu, mereka juga aktif dalam pameran internasional dan menjalin kerja sama dengan distributor luar negeri. Strategi ini membantu mereka memperluas distribusi global dan memperkenalkan produk jamu Latek kepada konsumen di berbagai pasar. Keberhasilan UMKM jamu Kelurahan Latek dalam meretas pasar global tercermin dalam penerimaan yang baik di pasar global dan peningkatan penjualan. Pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk telah menjadi kekuatan utama dalam memikat konsumen global. Dalam menghadapi tantangan seperti persaingan dengan merek-merek global yang sudah mapan, UMKM jamu Latek perlu terus melakukan inovasi dalam pengemasan dan pemasaran, serta meningkatkan kualitas produk mereka.

Artikel ini memberikan implikasi penting bagi UMKM jamu dan pelaku bisnis lainnya. Pemanfaatan identitas lokal dalam pengemasan produk dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meraih kesuksesan di pasar global. Dengan menggabungkan elemen-elemen budaya dan nilai-nilai lokal dalam desain kemasan, UMKM dapat menciptakan diferensiasi yang kuat dan menghasilkan daya tarik yang unik bagi konsumen global. Selain itu, artikel ini juga menekankan pentingnya pemasaran digital dan kerja sama dengan distributor luar negeri dalam memperluas jangkauan pasar. UMKM perlu memanfaatkan teknologi dan platform online untuk mempromosikan produk mereka kepada konsumen di seluruh dunia. Kerja sama dengan distributor luar negeri juga membuka peluang akses ke pasar-pasar baru yang sebelumnya sulit dijangkau.

Daftar Pustaka

- Adil, A. (2016). Kegiatan Hibah IbM: IbM Produk Kerajinan di Taman Nasional Komodo.
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65.
- Anggraini, D., & Nasution, S. H. (2013). Peranan kredit usaha rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 14879.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1-13.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press.
- Dewi, N. P. M., & Utari, T. (2014). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(12), 44496.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Haidawati, H., Rustiati, E. L., Kanedi, M., & Priyambodo, P. (2015). Agrowisata Kebun Jambu Kristal Sebagai Potensi Ekonomi Alternatif Desa Penyangga Taman Nasional Way Kambas, Lampung Timur.
- Priyambodo, P., Nurcahyani, N., Ariyanti, E. S., & Haidawati, H. (2015). Potensi Kesenian Bali Sebagai Aset Pengembangan Ekonomi Kreatif Wisata Desa Penyangga Taman Nasional Way Kambas Di Kabupaten Lampung Timur.
- Puspita, V., Fauzan, F., & Triyanto, D. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan Di Kota Bengkulu. *Pareto: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 3(2), 51-66.
- Putri, I. F., Salsabila, G., Santosa, N., Sejarah, I., & Budaya, F. I. (2020). Jamu Madura: Pemanfaatan Kearifan Lokal Sebagai Sarana Ekonomi Wanita Madura.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Zayyana, S. H., Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2022). DIGITALISASI UMKM BATIK MALANG SEBAGAI OPTIMALISASI PELESTARIAN KEARIFAN LOKAL DI MASA PANDEMI COVID-19. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 11(2), 192-102.
- Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., Tahir, R., Purbasari, R., ... & Subagja, A. D. (2023). *BISNIS DIGITAL: Strategi Administrasi Bisnis Digital Untuk Menghadapi Masa Depan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.