



Analisis Potensi Produk Kue Kering UMKM Tintun's Cookies Dalam Menembus Pasar Global

Lilik Nurul Wahidah

Universitas Padjadjaran, Indonesia

Email : liliknurul465@gmail.com

Abstract: *Tintun's Cookies, an SMEs of pastry and cookies that has been established for more than 10 years, plans to expand overseas. This study aims to identify countries with potential for Tintun's Cookies products, analyse external and internal factors, and formulate appropriate export strategies for Tintun's Cookies in preparing for exports to the target country. The research method uses Market Research Analysis using Trademap data and indicators such as import tariffs, requirements, trends, and distance in the destination country, PESTEL, EFE, IFE, and Marketing Mix 7ps. The results of the study show that Malaysia is the recommended country to be the main export destination for Tintun's Cookies products. This is supported by high market demand, proximity, elimination of import tariffs, ease of regulation, and cultural and product trend similarities. Based on the intersection of the IFE and EFE matrices, it shows that Tintun's Cookies is in quadrant 1, namely Grow and Build, where this position shows that Tintun's Cookies is in good condition in terms of strengths and opportunities and has the capability to export cookies to Malaysia. Thus, it is recommended a marketing strategy to take advantage of opportunities by developing products, market penetration, and market development. Some of the proposed strategies are to meet export requirements in Indonesia and Malaysia through export training from the government, meet labelling and identity requirements for cookies in Malaysia, set competitive selling prices, collaborate with the government and e-commerce media to reach consumers.*

Keywords: *SMEs, pastry, export, market research, Malaysia, IFE, EFE, PESTEL, Marketing Mix 7Ps*

Abstrak: Tintun's Cookies UMKM kue kering yang sudah berdiri lebih dari 10 tahun berencana ekspansi ke luar negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi negara yang memiliki potensi produk kue kering Tintun's Cookies, menganalisis faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal UMKM, dan merumuskan strategi ekspor yang tepat untuk Tintun's Cookies dalam mempersiapkan ekspor ke negara tujuan. Metode penelitian ini menggunakan analisis Riset Pasar menggunakan data Trademap dan indikator seperti tarif impor, kemudahan persyaratan, tren, dan jarak di negeri tujuan, PESTEL, EFE, IFE, dan Marketing Mix 7ps. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Negara Malaysia merupakan negara yang direkomendasikan untuk menjadi negara tujuan utama ekspor produk kue kering Tintun's Cookies. Hal ini didukung permintaan pasar tinggi, kedekatan jarak, penghapusan tarif impor, kemudahan regulasi, dan kesamaan budaya dan tren produk. Berdasarkan perpotongan matriks IFE dan EFE menunjukkan posisi Tintun's Cookies yang berada pada kuadran 1 yaitu *Grow and Build*, dimana dengan posisi tersebut menunjukkan bahwa konsistensi Tintun's Cookies berada dalam kondisi yang baik dari kekuatan dan peluang dan memiliki kapabilitas untuk melakukan ekspor kue kering ke Negera Malaysia. Sehingga direkomendasikan strategi pemasaran memanfaatkan peluang dengan pengembangan produk, penetrasi pasar, dan pengembangan pasar. Diantaranya strategi yang diusulkan yaitu memenuhi persyaratan ekspor di Indonesia dan Malaysia melalui pelatihan ekspor UMKM dari pemerintah, memenuhi persyaratan label dan identitas kue kering di Malaysia, penetapan harga jual yang kompetitif, berkolaborasi dengan pemerintah dan media *e-commerce* untuk menjangkau konsumen.

Kata Kunci: UMKM, Kue Kering, Potensi Ekspor, Malaysia, IFE, EFE, PESTEL, Marketing Mix 7Ps

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan perekonomian suatu negara tidak dapat terlepas dari kondisi perekonomian global. Salah satu hal yang menentukan pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah perdagangan internasional (Manik, 2023). Perdagangan internasional memiliki banyak manfaat untuk negara diantaranya meningkatkan pendapatan negara, cadangan devisa,

transaksi modal dan luasnya kesempatan kerja. Salah satu bentuk perdagangan internasional adalah ekspor (Amanda & Aslami, 2022).

Di Indonesia, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional (Junaidi & Akbar, 2023). Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada tahun 2022 UMKM berkontribusi terhadap 60,5% dari PDB nasional dan menyerap 96,9% tenaga kerja. Meskipun memiliki peran penting, kontribusi UMKM terhadap ekspor masih terbatas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, nilai ekspor UMKM pada tahun 2022 sebesar USD 5,3 miliar, atau hanya sekitar 15,65% dari total ekspor non migas Indonesia. Menurut Supiandi et al., (2022), beberapa hambatan utama yang dihadapi UMKM dalam ekspor adalah kurangnya pemahaman mengenai prosedur dan syarat ekspor, kurangnya SDM yang kompeten, terutama dalam bidang produksi, marketing, dan keuangan, menghambat UMKM dalam meningkatkan daya saing di pasar internasional, dan kurangnya informasi dan edukasi tentang regulasi ekspor membuat UMKM kesulitan dalam memahami dan mengikuti aturan yang berlaku.

Salah satu UMKM Indonesia yang memiliki usaha kue kering adalah Tintun's Cookies. Tintun's Cookies sudah berdiri sejak tahun 1996. Sejak tahun 2017 Tintun's Cookies mulai mengembangkan usahanya secara serius dengan mulai membenahi berbagai aspek usaha seperti legalitas diantara NIB, PIRT, Halal MUI, dan dokumen lainnya. Tintun's Cookies berlokasi di Cimahi, Jawa Barat. Saat ini Tintun's Cookies memiliki 9 varian produk dengan kemasan toples dan *pouch*. Produk Tintun's Cookies memiliki ketahanan 7 sampai 1 tahun. Untuk pemasaran, Tintun's Cookies sudah memasarkan produknya ke berbagai gerai dan supermarket lokal seperti Alfamart, Borma, Rumah Mode, dan agen kue kering lainnya. Sedangkan untuk pemasaran online, Tintun's Cookies menggunakan *channel e-commerce* Shopee. Tintun's Cookies juga melayani pengiriman ke luar kota mulai dari Jabodetabek sampai ke luar Jawa. Tintun's Cookies selalu mengalami peningkatan permintaan menjelang hari raya besar, seperti Idul Fitri, Natal, dan Imlek.

2. KAJIAN TEORITIS

Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah aktivitas pertukaran barang atau jasa antara dua pihak yang berada di dua negara yang berbeda. Secara garis besar, perdagangan internasional dapat dilakukan dalam bentuk ekspor dan impor (Rinaldy, Ikhlas, & Utama, 2021). Bagi suatu negara, perdagangan internasional merupakan bagian penting dari perekonomian nasional. Hal ini karena perdagangan internasional dapat memberikan dampak terhadap pembangunan ekonomi. Ekspor dapat meningkatkan

produk domestik bruto (PDB) suatu negara, yang kemudian dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Sedangkan bagi perusahaan, ekspor mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksinya. Hal ini dilakukan dengan mengadopsi praktik terbaik dan inovasi teknologi terdepan dari kancan internasional (Ngatikoh & Faqih, 2020). Menurut Rinaldy et al., (2021) dalam bukunya yang berjudul “Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi”.

Ekspor

Menurut Amir (2004) Ekspor adalah kegiatan menjual produk atau komoditas ke negara lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan dalam bentuk mata uang asing. Dalam proses ekspor, penjual menggunakan bahasa asing untuk berkomunikasi dengan pembeli dan menyelesaikan transaksi. Sutedi (2014) dalam bukunya “Hukum Ekspor Impor”, menjelaskan bahwa ekspor merupakan kegiatan menjual komoditas atau barang dari dalam wilayah pabean ke luar wilayah pabean suatu negara dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.

Riset Pasar

Riset pasar ekspor adalah kunci bagi perusahaan untuk membuka peluang di pasar global. Melalui riset ini, perusahaan dapat mengumpulkan informasi vital tentang pasar tujuan, termasuk tren, kebutuhan konsumen, dan tingkat persaingan. Informasi ini kemudian digunakan untuk mengambil keputusan strategis yang tepat, seperti apakah akan memasuki pasar tertentu, produk apa yang harus ditawarkan, dan bagaimana menjangkau konsumen potensial. (Sidabutar, 2018).

Manajemen Strategi

Menurut David (2017) manajemen strategi adalah seni dan ilmu yang digunakan untuk merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan strategis yang melibatkan berbagai fungsi dalam organisasi. Tujuan utamanya adalah untuk membantu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya dengan cara yang terarah dan sistematis. Dalam implementasinya, manajemen strategi berfokus pada integrasi dan sinergi berbagai fungsi seperti manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi dan teknologi untuk membangun fondasi yang kokoh bagi keberhasilan organisasi di masa depan. Menurut Rothaermel (2018) manajemen strategi merupakan bidang manajemen integratif yang menggabungkan analisis, perumusan, dan implementasi dalam upaya untuk mencapai keunggulan kompetitif. Sedangkan strategi adalah himpunan tindakan terarah yang diambil oleh perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan kinerja yang unggul dibandingkan dengan pesaing.

Analisis Eksternal

Analisis eksternal merupakan alat penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di lingkungannya. Peluang (*opportunities*) adalah tren positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan dan mencapai kesuksesan. Di sisi lain, ancaman (*threats*) adalah tren negatif yang dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan jika tidak diantisipasi dengan baik. (Hendro, 2021). Menurut David, (2017) kekuatan-kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi kekuatan ekonomi, kekuatan sosial, budaya, dan demografi, kekuatan politik, pemerintahan, dan hukum, kekuatan teknologi, dan kekuatan lingkungan.

Analisis PESTEL

Untuk memahami peluang dan ancaman dalam bisnis, penting untuk menganalisis lingkungan eksternal perusahaan. Salah satu alat analisis yang berguna untuk memahami lingkungan eksternal adalah analisis PESTEL (Rothaermel, 2018). Analisis PESTEL membantu perusahaan untuk memindai, memantau, dan mengevaluasi perubahan dan tren dalam lingkungan makro, mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin muncul dari faktor eksternal, dan membuat keputusan strategis yang lebih baik dengan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Menurut David (2017) Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) merupakan alat analisis yang membantu para pembuat strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi tentang faktor-faktor eksternal ekonomi, sosial, politik, hukum, teknologi, dan lingkungan. Dengan memahami faktor-faktor eksternal ini, para pembuat strategi dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi perusahaan, dan kemudian merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapinya. Proses analisis EFE dimulai dengan identifikasi faktor-faktor eksternal yang relevan, seperti aspek ekonomi, sosial, teknologi, politik, hukum, dan persaingan. Faktor-faktor tersebut kemudian dianalisis secara mendalam dan dikategorikan sebagai peluang atau ancaman bagi organisasi. Setiap faktor eksternal diberi rating dan bobot berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap organisasi. Rating menunjukkan tingkat peluang atau ancaman, sedangkan bobot menunjukkan signifikansi faktor tersebut. Skor terbobot untuk setiap faktor dihitung dan dijumlahkan untuk menghasilkan total skor EFE.

Analisis Internal

Lingkungan internal perusahaan mencakup kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Faktor-faktor ini dapat sepenuhnya dikendalikan oleh perusahaan, sehingga memungkinkan perbaikan terhadap kelemahan yang teridentifikasi. Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada sumber

daya dan proses bisnis perusahaan. Sumber daya dan proses bisnis internal dikatakan memiliki kekuatan jika memiliki kemampuan (*capability*) untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui *distinctive competencies*. (Hendro, 2021).

Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Menurut David, (2017) dalam *Strategic Management*, matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan alat analisis yang digunakan untuk meringkas dan menilai kekuatan dan kelemahan utama di berbagai bagian perusahaan, seperti pemasaran, keuangan, dan operasi. Matriks IFE membantu perusahaan melihat hubungan antara berbagai bagian tersebut. Proses analisis matriks IFE dimulai dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal yang relevan, seperti manajemen, pemasaran, keuangan, operasi, dan sumber daya manusia. Faktor-faktor ini kemudian diberi rating dan bobot berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruhnya terhadap organisasi. Skor terbobot untuk setiap faktor dihitung dan dijumlahkan untuk menghasilkan total skor IFE (David, 2017).

Analisis Matriks IE (*Internal-External*)

Matriks IE (*Internal-External*) merupakan alat analisis yang membantu organisasi menentukan strategi yang tepat dengan memosisikannya dalam sembilan sel berdasarkan dua faktor: kekuatan internal dari matriks IFE dan peluang eksternal dari matriks EFE (David, 2017).

Marketing Mix

Marketing Mix (Bauran Pemasaran) merupakan teknis analisis yang dipakai perusahaan atau organisasi sebagai alat mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran (Kotler & Keller, 2016). Dahulu, McCarthy mengelompokkan kegiatan pemasaran ke dalam 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi) yang disebut sebagai *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran).

3. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

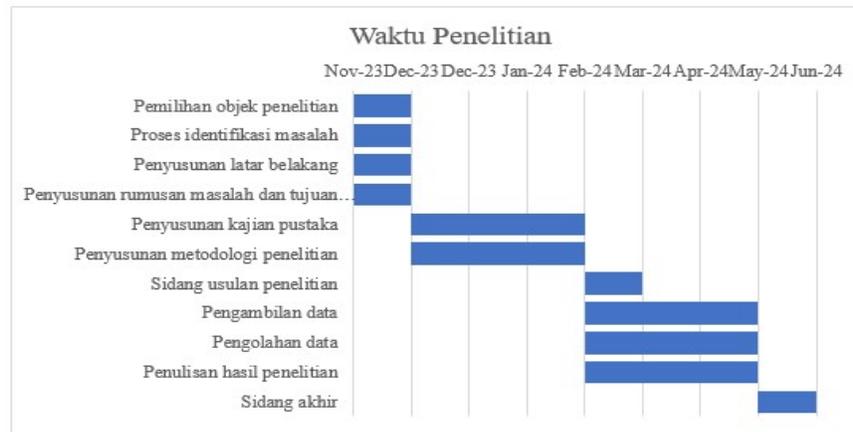
Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut (Abdussamad, 2021) metode kualitatif merupakan metode yang menghasilkan gambaran deskriptif dalam bentuk kata-kata baik tertulis maupun lisan, dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode kualitatif memiliki tujuan untuk menggambarkan atau memberikan gambaran suatu objek penelitian secara detail dan objektif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan hasil analisis riset pasar ekspor, analisis eksternal pada negara tujuan ekspor, dan strategi ekspor untuk Tintun's Cookies dalam mempersiapkan ekspor ke negara tujuan.

Lokasi

Penelitian dilakukan di Jalan Bina Putra No. 28, Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat. Lokasi ini merupakan lokasi Tintun's Cookies melakukan produksi sehari-hari. Di lokasi ini, peneliti akan melakukan pengambilan data secara langsung dari pemilik usaha. Data tersebut akan digunakan untuk menganalisis potensi ekspor Tintun's Cookies.

Waktu Penelitian

Tabel 1 Tabel Waktu Penelitian



Penelitian diawali dengan tahap pendahuluan yang bertujuan untuk menentukan objek penelitian, mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh objek penelitian, menyusun latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian. Tahapan ini dilakukan pada bulan November 2023. Dilanjutkan pada bulan Desember 2023 dengan Menyusun kajian pustaka yang merupakan kegiatan untuk mengumpulkan dan menganalisis literatur yang berkaitan dengan penelitian. Kajian pustaka dilakukan untuk memberikan landasan teoritis bagi penelitian. Di Bulan Januari 2023 menyusun metodologi penelitian yang merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Di bulan Maret 2023 direncanakan akan melakukan sidang usulan penelitian yang merupakan kegiatan untuk mempresentasikan rencana penelitian. Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dari penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data, menganalisis data, dan menyusun laporan penelitian. Tahapan ini dilakukan pada bulan Desember 2023 hingga Mei 2024. Tahap terakhir dari penelitian yang bertujuan untuk mempresentasikan hasil penelitian kepada pihak terkait. Tahapan ini dilakukan pada bulan Mei 2024.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persyaratan Ekspor ke Negara Tujuan

Jepang

Berdasarkan penjelasan Kepala *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)* Osaka, Dicky Farabi, negara Jepang merupakan negara yang sangat mementingkan kualitas produk

terutama untuk produk-produk yang langsung berhubungan dengan konsumen, jadi untuk bisa melakukan ekspor kue kering ke Jepang, eksportir harus memenuhi Persyaratan Keamanan Pangan dan Persyaratan Sertifikasi Makanan sesuai dengan ketentuan negara Jepang. Dilansir dari laman Inatrimis, Kementerian Perdagangan, Keamanan pangan di Jepang diatur oleh Undang-Undang Keamanan Pangan, yang diawasi oleh *Department of Food Safety in the Pharmaceutical and Food Safety Bureau*, di bawah Kementerian Kesehatan, Perburuhan dan Kesejahteraan (MHLW). Selain UU Keamanan Pangan, impor makanan ke Jepang tunduk pada beberapa peraturan lain, seperti penempatan makanan di pasar, kesehatan manusia dan hewan, pengemasan dan pelabelan, dan lain-lain. Undang-undang terkait pangan di Jepang terdiri dari tiga bagian utama: UU Sanitasi Pangan, UU Standar Pertanian Jepang (JAS) atau UU mengenai standardisasi dan aspek lain untuk produk pertanian dan kehutanan, UU Promosi Kesehatan, dan UU Pelabelan Makanan.

Persyaratan Keamanan Pangan dan Persyaratan Sertifikasi Makanan

UU Sanitasi Pangan

UU Sanitasi Pangan Jepang dibuat untuk memastikan keamanan pangan bagi konsumennya. UU ini mengatur berbagai aspek, seperti standar untuk makanan, bahan tambahan makanan, wadah atau kemasan makanan, kebersihan pabrik pengolahan, dan izin usaha bagi perusahaan yang bergerak di bidang pangan. UU ini dikelola oleh Kementerian Kesehatan, Perburuhan dan Kesejahteraan (MHLW). Produk yang mengandung bahan berbahaya, beracun, atau tidak higienis dilarang dijual di Jepang. Setiap produk makanan wajib mencantumkan label yang informatif, seperti potensi bahaya penggunaan berlebihan, alergi, komposisi dan bahan baku, dan informasi modifikasi genetik.

UU JAS (*Japanese Agricultural Standards*)

UU JAS (*Japanese Agricultural Standards*) bertujuan untuk meningkatkan kualitas makanan dan minuman di Jepang. UU ini dikelola oleh Kementerian Pertanian, Kehutanan dan Perikanan (MAFF). UU JAS ini berbeda dengan UU Sanitasi Pangan. UU JAS bukan berfokus pada keamanan pangan, melainkan pada standar kualitas produk berdasarkan metode produksinya. Standar ini membantu konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Sistem JAS bersifat sukarela dan hanya berlaku untuk produk-produk tertentu yang terdaftar di MAFF. UU JAS memiliki sistem pelabelan yang lebih rinci dibandingkan UU Sanitasi Pangan, dan berlaku untuk berbagai kategori produk organik. Produk yang memenuhi standar JAS wajib mencantumkan logo JAS pada kemasannya. Logo ini menjadi tanda bagi konsumen bahwa produk tersebut telah diproduksi dengan metode yang memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh MAFF.

Persyaratan Produk dan Label

Pelabelan makanan di Jepang saat ini diatur dalam Undang-undang Pelabelan Makanan atau *Japanese Food Labelling Act*. Undang-undang di Jepang menerapkan peraturan pelabelan yang ketat untuk makanan yang dipasarkan di negara Jepang. Peraturan ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli. Persyaratan dasar pelabelan dan informasi pada makanan olahan harus mencantumkan diantaranya:

- Nama produk
- Tanggal kadaluarsa
- Nama dan alamat importir
- Instruksi penyimpanan
- Bahan baku yang diurutkan berdasarkan jumlah kandungannya
- Jumlah/berat dalam kemasan
- Komponen nutrisi
- Negara asal
- Klaim Kesehatan
- Peringatan dan pernyataan saran penggunaan

Informasi pada label harus ditempatkan pada kemasan yang mudah dibaca dan ditulis dalam Bahasa Jepang.

Australia

Menurut wawancara yang dilakukan dengan Tenaga Ahli FTA Support Center Bandung, Australia merupakan salah satu negara dengan tingkat keketatan persyaratan ekspor paling sulit untuk dipenuhi. Untuk bisa melakukan ekspor kue kering ke Australia, harus memastikan produk telah memenuhi aturan yang dipersyaratkan dan sudah ditetapkan negara Australia.

Persyaratan Keamanan Pangan dan Persyaratan Sertifikasi Makanan

UU Keamanan Hayati (*Biosecurity Act 2015*)

Undang-Undang *Biosecurity* Australia adalah peraturan yang dibuat oleh parlemen Australia untuk mengendalikan risiko biosekuriti di negara Australia. Produk makanan termasuk kue kering harus melalui uji kelayakan biosekuriti sesuai dengan *Biosecurity Act 2015*. Hal ini bertujuan untuk memastikan produk bebas dari hama, penyakit, dan kontaminan yang dapat membahayakan *biosecurity* Australia.

UU Impor Pangan (*Imported Food Control Act 1992*)

Produk makanan termasuk kue kering yang akan diimpor ke Australia harus melewati uji keamanan pangan impor sesuai dengan *Imported Food Control Act 1992*. Uji ini memastikan produk aman untuk dikonsumsi dan memenuhi standar keamanan pangan Australia.

Australia New Zealand Food Standards Code (ANZFSC)

Produk makanan termasuk kue kering harus memenuhi standar keamanan pangan yang sama dengan makanan yang diproduksi di Australia, yaitu *Australia New Zealand Food Standards Code (ANZFSC)*. ANZFSC mencakup berbagai persyaratan seperti bahan baku, proses produksi, pelabelan, dan pengawasan.

Persyaratan Produk dan Label

Produk makanan yang akan diekspor ke Australia harus memenuhi standar yang ditetapkan dalam *New Zealand Food Standards Code (ANZFSC)*. Standar ini mencakup berbagai persyaratan diantaranya labelling, peringatan alergi, bahan, dan lain sebagainya. Secara umum, setiap kemasan produk makanan yang akan dijual di pasar Australia wajib mencantumkan hal-hal sebagai berikut:

- Nama dan deskripsi produk dalam Bahasa Inggris
- Nama importir
- Nomor lot produksi
- Peringatan dan pernyataan resmi
- Negara asal
- Tanggal kadaluarsa
- Berat bersih
- Daftar bahan
- Informasi gizi

Malaysia

Persyaratan Keamanan Pangan dan Persyaratan Sertifikasi Makanan

Keamanan Pangan di Malaysia diatur dalam *Food Act 1983* dan *Food Regulations 1985*. UU ini mengatur berbagai aspek keamanan pangan dan pengendalian mutu. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi masyarakat aman dan berkualitas. Persyaratan khusus untuk produk makanan yang akan diekspor ke Malaysia adalah sebagai berikut:

- Produk makanan kue kering yang mengandung bahan hewani harus disertai dengan Sertifikat Kesehatan (*Health Certificate*) dari negara asal untuk memastikan bahwa bahannya aman dan bebas dari penyakit.

- Produk makanan kue kering yang akan dipasarkan di Malaysia harus memiliki sertifikat halal dari lembaga sertifikasi halal yang diakui untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan syariat Islam.

-

Persyaratan Produk dan Label

Semua makanan yang diimpor ke Malaysia harus mematuhi peraturan pelabelan yang ditetapkan oleh pemerintah Malaysia. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen memiliki informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang mereka beli. Secara umum, setiap kemasan produk makanan yang akan dijual di pasar Malaysia wajib mencantumkan hal-hal sebagai berikut:

- Nama produk
- Daftar bahan
- Informasi nutrisi
- Tanggal kedaluwarsa
- Label Halal
- Jumlah/berat dalam kemasan
- Negara asal
- Nama dan alamat importir

Berdasarkan analisis persyaratan masuk ke negara tujuan, Malaysia merupakan negara dengan regulasi impor yang mudah dipenuhi oleh UMKM dan eksportir pemula dibandingkan dengan negara Jepang dan Australia. Menurut wawancara yang dilakukan dengan Tenaga Ahli FTA Center Bandung, kemudahan ini juga didukung jika adanya kesalahan yang terjadi hal ini bisa diatasi secara kekeluargaan dengan menggunakan media elektronik.

Persepsi Terhadap Produk Kue Kering di Negara Tujuan

Diantara 3 negara tujuan utama ekspor, Malaysia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Setidaknya 16,3 juta warga atau 61,3 persen dari total 32,7 juta penduduk Malaysia adalah umat Muslim (CNN, 2021) Hal ini berkaitan dengan peluang ekspor kue kering ke Malaysia, khususnya pada musim perayaan seperti Idul Fitri. Pada momen tersebut, permintaan kue kering oleh masyarakat Muslim di Malaysia akan meningkat pesat. Jika dibandingkan dengan dengan negara lain yaitu Jepang dan Australia, dimana umat muslim masih tergolong kecil.

Kue kering merupakan hidangan wajib di Malaysia, terutama saat momen spesial seperti Hari Raya Idul Fitri. Bagi masyarakat Malaysia, Hari Raya tidak hanya soal momen berkumpul bersama keluarga yang hangat, namun perayaan Idul Fitri tak lengkap tanpa

kehadiran kue kering atau Kuih Raya. Lebih dari sekadar hidangan manis, kue kering ini merupakan tradisi turun-temurun yang sarat makna, rasa, dan tekstur unik (Pamper, 2024).



Gambar 1 Contoh Kue Kering Produksi Malaysia

Sumber: Shopee Malaysia, 2024

Kue Raya yang tersedia di Malaysia masing-masing memiliki ciri khasnya tersendiri. Beberapa contoh kue kering populer yang selalu ada saat Hari Raya di Malaysia antara lain Tart Nanas atau Nastar, Kuih Semprit, Putri Salju, dan Kastengel. Jika dibandingkan dengan Jepang dan Australia, trend kue kering di Malaysia lebih besar, didukung dengan varian kue kering maupun kemasan yang serupa dengan kue kering produksi Tuntun's Cookies, sehingga produk yang akan diekspor tidak memerlukan penyesuaian produk dan modifikasi jenis kemasan yang tidak terlalu sulit. Sehingga hal ini akan lebih meringankan Tintun's Cookies dalam sisi efisiensi biaya dan produksi.

Berbeda halnya dengan Jepang dan Australia, tren masyarakat Jepang dan Australia terhadap produk kue dan *pastry* saat ini lebih condong ke produk organik bebas gluten seperti kue dari tepung kelapa organik, gandum utuh, dan produk-produk berbasis multigrain. Sehingga, untuk bisa memenuhi trend tersebut, Tintun's Cookies harus dapat berinovasi dan memenuhi standar produk di Jepang dan Australia untuk masuk ke pasar Jepang dan Australia.

Sehingga, setelah melihat berbagai indikator diatas, negara tujuan utama yang direkomendasikan sebagai negara tujuan ekspor produk kue kering Tintun's Cookies adalah negara Malaysia. Malaysia merupakan negara pengimpor terbesar ketiga untuk produk kue, *pastry*, dan *cookies* dari Indonesia setelah Jepang dan Australia. Menurut data dari *International Trade Centre (ITC)* untuk produk biskuit manis negara Malaysia memiliki potensi yang besar untuk dimasuki. Data menunjukkan bahwa untuk produk biskuit manis di Malaysia memiliki nilai potensi ekspor 38 Juta USD, dengan aktual nilai ekspor sebesar 32 Juta USD dan memiliki 6.6 Juta USD yang harus dipenuhi. Jarak Indonesia dan Malaysia lebih dekat dibandingkan dengan Jepang dan Australia. Sehingga bisa mengefisienkan biaya pengiriman dan waktu tempuh yang relative lebih pendek dibandingkan jika ekspor ke negara Jepang dan Australia yang memiliki jarak lebih jauh. Tarif impor yang dikenakan oleh

Malaysia terhadap Indonesia adalah 0%, sedangkan untuk Jepang 6% hal ini tentunya cukup tinggi.

Jika dibandingkan dengan Jepang dan Australia, Malaysia memiliki regulasi impor yang mudah dipenuhi oleh UMKM dan eksportir pemula. Australia dan Jepang memiliki persyaratan produk yang sulit untuk dipenuhi oleh UMKM. Menurut wawancara yang dilakukan dengan tenaga ahli FTA Center, Australia merupakan negara yang memiliki persyaratan paling ketat untuk produk makanan setelah Amerika Serikat, hal ini akan menjadi tantangan besar untuk UMKM bisa ekspor pertama kali ke negara tersebut.

Setelah mengetahui negara potensial untuk ekspor produk kue kering, selanjutnya adalah mengidentifikasi potensi ekspor dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dari UMKM Tintun's Cookies. Proses identifikasi ini menggunakan alat analisis PESTEL dan SWOT. Analisis ini digunakan untuk melihat kesiapan Tintun's Cookies dalam melakukan ekspor dan menentukan penyusunan strategi untuk Tintun's Cookies agar dapat mempersiapkan ekspor ke negara tujuan.

Analisis Eksternal

Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk memahami kemungkinan peluang dan resiko yang dihadapi Tintun's Cookie saat menjalankan kegiatan ekspor ke negara tujuan yaitu Malaysia. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengoptimalkan peluang yang dapat memberikan keuntungan bagi UMKM dan sekaligus mencegah ancaman yang terjadi di negara tujuan ekspor. Analisis eksternal di negara tujuan menggunakan PESTEL *framework* yang terdiri dari faktor Politik, faktor Ekonomi, Faktor Sosial, faktor Teknologi, faktor Lingkungan, dan faktor Hukum.

Analisis PESTEL Negara Malaysia

Faktor Politik

Malaysia adalah negara yang berada di kawasan Asia Tenggara. Negara Malaysia terletak di Timur Laut Pulau Sumatera dan Utara Pulau Kalimantan. Dengan demikian, Malaysia menjadi salah satu negara tetangga Indonesia yang paling dekat. Meskipun dekat, Malaysia memiliki karakteristik dan kehidupan politik yang berbeda dengan Indonesia. Bentuk negara Malaysia adalah monarki konstitusional. Negara ini dipimpin oleh raja yang disebut sebagai Yang Dipertuan Agong. Meskipun demikian, pemimpin eksekutif adalah Perdana Menteri. Perdana Menteri ini akan memimpin para anggota parlemen yang terdiri dari Dewan Negara dan Dewan Rakyat. Lalu ada juga kepala daerah yang memimpin negara bagian yang disebut Tuan Yang Terutama dan diangkat oleh raja Malaysia, yaitu Yang Dipertuan Agong (Mubarok, 2021). Dikutip dari *Word Data*, 2024 negara Malaysia memiliki lingkungan politik

yang relative stabil. Stabilitas ini sering kali diwujudkan dalam kerangka kebijakan yang konsisten dan lingkungan hukum yang dapat diprediksi. Hal ini tentunya bermanfaat bagi perencanaan bisnis dan investasi jangka panjang.

Malaysia merupakan negara tetangga Indonesia yang memiliki nilai strategis yang kuat. Sebagai negara tetangga yang serumpun, hubungan Indonesia dan Malaysia telah terjalin lama karena kedekatan historis dan budaya yang sangat erat. Hubungan bilateral kedua negara berlangsung dengan baik. Sebagai kawasa pendiri ASEAN, hubungan keduanya pun memiliki arti penting dalam memelihara perdamaian dan stabilitas keamanan di kawasan. Malaysia memiliki kebijakan perdagangan yang menguntungkan dengan Indonesia, karena kedua negara adalah anggota ASEAN dan telah menandatangani Perjanjian Perdagangan Barang ASEAN (ATIGA), yang menghapuskan tarif pada kawasan besar barang yang diperdagangkan di kawasan tersebut.

Faktor Ekonomi

Malaysia mengalami pertumbuhan ekonomi yang stabil selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2023, PDB Malaysia mencapai USD 372 miliar dengan pertumbuhan sebesar 8,9% (*Trading Economics, 2023*). Pertumbuhan ekonomi ini mendorong peningkatan daya beli masyarakat Malaysia, termasuk untuk produk makanan dan minuman seperti kue kering. Perekonomian Malaysia lebih condong ke sektor jasa dan industri teknologi tinggi, dengan kontribusi jasa sebesar 53,6%, dan industri sebesar 37,6% terhadap PDB (InCorp, 2024). Sektor-sektor penting termasuk elektronik, minyak bumi dan gas alam, farmasi, dan pertanian yang merupakan sektor-sektor dengan nilai tambah yang tinggi dan potensi margin keuntungan yang lebih tinggi. Mata uang resmi Malaysia adalah Ringgit yang mana saat ini 1 Ringgit Malaysia sama dengan 3.452 rupiah.

Tintun's Cookies memiliki rencana untuk melakukan ekspor kue kering ke negara Malaysia. Dilansir dari *World Bank, 2023* menyebutkan bahwa Malaysia tengah mengalami transisi menuju status sebagai negara berpendapatan tinggi, yang diperkirakan terjadi antara tahun 2024 hingga 2028. Kemajuan ini mencerminkan perubahan signifikan dalam struktur ekonomi Malaysia selama beberapa dekade terakhir. Berdasarkan estimasi terbaru, pendapatan nasional bruto (PNB) per kapita Malaysia telah mencapai sekitar US\$11.200, dengan selisih sekitar US\$1.335 dari ambang batas yang menandai status sebagai perekonomian berpendapatan tinggi. Selain itu, tingkat pertumbuhan riil Malaysia sebesar 4% menandakan perekonomian yang stabil dan berkembang, sehingga berpotensi menawarkan pasar yang lebih dapat diprediksi bagi para wirausaha. Dalam konteks perkembangan ekonomi yang dinamis di

Malaysia, potensi ini dapat dianggap sebagai peluang bagi Tintun's Cookies untuk meningkatkan target pasar ekspornya.

Faktor Sosial

Malaysia adalah negara dengan banyak budaya (multi-kultur). Selain orang Melayu, ada juga orang India dan Tionghoa yang tinggal di negara Malaysia. Setiap kelompok masyarakat memiliki agama dan kebiasaan hidup sendiri-sendiri. Kue kering Indonesia memiliki peluang untuk merambah pasar Malaysia, didorong oleh beberapa faktor sosial negara Malaysia. Mayoritas penduduk Malaysia beragama Islam. Terdapat kurang lebih 16,3 juta warga atau 61,3 persen dari total 32,7 juta penduduk Malaysia merupakan umat Muslim (CNN, 2021). Hal ini membuka peluang besar ekspor kue kering saat momen Idul Fitri ketika permintaan kue kering oleh umat Muslim meningkat pesat. Kue kering adalah bagian penting dari perayaan Hari Raya di Malaysia. Kue kering biasanya disajikan kepada tamu dan kerabat selama periode ini. Selain itu, tingginya jumlah diaspora Indonesia di Malaysia menjadi salah satu peluang pasar yang bisa dimanfaatkan oleh Tintun's Cookies.

Indonesia dan Malaysia memiliki kesamaan budaya yang erat, seperti tradisi dan agama. Hal ini menumbuhkan rasa familiaritas dan minat terhadap produk kue kering Indonesia di kalangan masyarakat Malaysia (Mustikyantoro, 2022). Kedekatan budaya dan selera yang tidak jauh berbeda antara Indonesia dan Malaysia ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi produk kue kering Indonesia. Sehingga dengan memanfaatkan faktor sosial ini dapat menjadi peluang bagi UMKM Tintun's Cookies bisa melakukan ekspor kue kering ke Negara Malaysia.

Faktor Teknologi

Masyarakat Malaysia memiliki kesadaran yang tinggi terhadap teknologi. Hal ini dapat dilihat dari tingginya penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* di Malaysia. Dilansir dari *The Word Bank*, 2022 Malaysia memiliki penetrasi internet yang tinggi dengan 82,5% penduduknya aktif *online*. Malaysia juga termasuk negara terdepan di Asia Tenggara dalam hal pertumbuhan *e-commerce*. Meskipun pasar *e-commerce* Malaysia belum sebesar Indonesia atau Thailand, namun memiliki masa cerah ke depannya. Hal ini didukung dengan banyaknya orang Malaysia yang menggunakan internet, membuat belanja *online* jadi mudah dan populer. Juga nilai barang yang dibeli secara online di Malaysia diperkirakan akan meningkat pesat sampai tahun 2025 (Statista, 2023). Berdasarkan perkiraan, jumlah pengguna di pasar *E-commerce* di Malaysia akan terus meningkat antara tahun 2024 dan 2029, dengan total penambahan pengguna sebesar 8,1 juta pengguna (Statista, 2024).

Ekonomi digital di negara Malaysia juga berkembang pesat. Hal ini dikarenakan negara Malaysia mau menerima dan menggunakan teknologi terbaru dan model bisnis inovatif

yang bisa mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih luas. Tidak hanya memiliki lokasi geografis yang bagus untuk bisnis, sumber daya alam yang melimpah, dan tenaga kerja yang terampil, negara Malaysia menjadi salah satu negara yang kuat di Asia Tenggara karena mereka mau memanfaatkan peluang di dunia digital yang berkembang cepat, ditambah dengan dukungan besar dari pemerintah. Pemerintah Malaysia sedang giat membuat inisiatif baru untuk menjadikan Malaysia sebagai tempat tujuan investasi di bidang teknologi tinggi (*hi-tech*). Pemerintah Malaysia membentuk Lembaga Investasi dan Pembangunan Malaysia (MIDA) dan Kantor Investasi Digital (DIO) untuk menarik investasi berkualitas tinggi, memanfaatkan peluang dari teknologi dan model bisnis inovatif, dan mengatasi tantangan ke depan (Reuters, 2024).

Faktor Lingkungan

Dari sisi kondisi Lingkungan, Malaysia memiliki iklim tropis dengan suhu dan kelembapan yang mirip dengan Indonesia. Sama halnya dengan musim di Indonesia, Malaysia memiliki dua musim utama, yaitu musim kemarau dan musim hujan. Sehingga produk kue kering Indonesia dapat disimpan dengan baik di Malaysia tanpa khawatir kerusakan akibat perubahan suhu.

	Indonesia	Malaysia
Daytime temperatures:	31.6 °C	32.0 °C
Nighttime temperatures:	23.9 °C	24.4 °C
Water temperature:	28.0 °C	28.3 °C
Rel. humidity:	83 %	84 %
Rain days:	13.1	12.8
Sunshine hours per day:	5.4	6.3

Gambar 2 Perbandingan Iklim Indonesia dan Malaysia

Sumber: *World Data, 2024*

Malaysia memiliki standar keamanan pangan untuk produk makanan impor yang diatur dalam *Food Act 1983* dan *Food Regulations 1985*. Selain itu pelabelan pangan untuk produk yang masuk ke Malaysia wajib memiliki informasi mengenai informasi nutrisi, kandungan bahan, dan informasi penting lainnya untuk dicantumkan pada label produk makanan. Hal ini memastikan transparansi dan memudahkan konsumen Malaysia untuk memilih produk kue kering yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Faktor Hukum

Faktor hukum meliputi aturan-aturan atau syarat-syarat yang menjadi hukum untuk dipatuhi dalam melakukan kegiatan ekspor ke negara Malaysia dalam berbagai aspek. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan tenaga ahli FTA Support Center Bapak Ponirin Sugito dalam melakukan kegiatan ekspor ke Malaysia, semua makanan yang masuk ke Malaysia harus terdaftar di Bea Cukai Malaysia. Malaysia, juga menetapkan persyaratan khusus bagi produk

makanan yang akan diimpor ke negaranya yaitu harus menyertakan Sertifikat Kesehatan (*Health Certificate*) dan Sertifikat Halal. Untuk pelabelan kemasan sendiri, wajib menggunakan Bahasa Inggris dengan mencantumkan nama produk, daftar bahan, informasi nutrisi, tanggal kedaluwarsa, label halal, berat dalam kemasan, negara asal, dan alamat importir. Aspek-aspek dalam faktor hukum ini harus dipenuhi dan dipersiapkan ketika Tintun's Cookies akan melakukan kegiatan ekspor ke negara Malaysia.

Faktor Kompetitor

Industri kue dan biskuit di Malaysia didominasi oleh brand dan perusahaan besar seperti Muchi's Bite Me, Chips More, Merba, Walker, Mondelez International Inc, dan Hup Seng (Global Data, 2022). Pasar kue kering di Malaysia cukup kompetitif. Tintun's Cookies juga harus bersaing dengan pelaku industri makanan olahan domestik terutama industri kue kering di Malaysia yang telah memiliki merek dagang yang populer dengan didukung oleh strategi bisnis yang baik. Beberapa produsen produk kue kering Malaysia antara lain:

1. Top Cookies



Gambar 3 Produk Nastar Kemasan Top Cookies Produksi Malaysia

Sumber: Shopee Malaysia

Kemasan: Toples

Berat: 420g

Harga Jual: RM 55.99 atau Rp 193.117

Ketahanan: 6 Bulan

2. Bliciousseries



Gambar 4 Produk Kastengel Kemasan Bliciousseries Produksi Malaysia

Sumber: Shopee Malaysia

Kemasan: Toples

Berat: 200g / ±25 pieces

Ketahanan: 3 bulan

Harga Jual: RM 42 atau Rp138.504

3. HH Foodie



Gambar 4 Produk Pineapple Tart Kemasan HH Foodie Produksi Malaysia

Sumber: Shopee Malaysia

Kemasan: Toples

Isi: 42 Pcs

Ketahanan: 6 bulan

Harga Jual: RM 25.90 atau Rp85.741

Untuk produk kue kering asal Indonesia sendiri, sudah ada beberapa UMKM kue kering yang berhasil melakukan ekspor ke negara Malaysia diantaranya:

1. Ina Cookies



Gambar 5 Produk Kemasan Ina Cookies Produksi Indonesia

Kemasan: Toples

Berat: 270gr

Harga Jual: RM 51.59 atau Rp177.941

Ketahanan: 6 Bulan

2. Holland Bakery



Gambar 6 Produk Kemasan Holland Bakery ke Malaysia

Kemasan: Jar

Berat: 250gr

Harga Jual: RM 38 atau Rp125.313

Ketahanan: 30 Hari

3. Kartika Sari



Gambar 7 Produk Kemasan Kartika Sari ke Malaysia

Kemasan: Pouch

Berat: 102gr

Harga: RM 32.45 atau Rp111.924

Ketahanan: 2 Bulan

Produsen kue kering di Malaysia memiliki ragam dan harga yang berbeda. Begitu pula dengan Produsen kue kering di Indonesia yang sudah berhasil melakukan ekspor ke Malaysia. Ini merupakan salah satu tantangan bagi Tintun's Cookies untuk memasarkan produk di negara Malaysia. Persaingan antar produsen, baik lokal maupun internasional, didasarkan pada kualitas produk, nilai merek, harga, umur simpan, dll.

Perumusan Strategi

Marketing Mix 7P

Produk (*Product*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Tintun's Cookies, saat ini Tintun's Cookies memiliki 12 varian produk kue kering dengan kemasan toples dan *pouch*. Meskipun memiliki banyak varian, Tintun's Cookies dapat memfokuskan pada produk unggulan yang memiliki minat yang tinggi di Malaysia diantaranya varian Nastar, Kastangel, dan Semprit. Tintun's Cookies juga dapat menyesuaikan produk dengan selera dan kebutuhan konsumen di negara Malaysia. Misalnya penyebutan kue Nastar yang diganti menjadi "*Pineapple Tart*" atau "*Tart Nenas*". Selain itu, hal yang paling utama yang harus dilakukan oleh Tintun's Cookies yaitu melengkapi persyaratan produk untuk memasuki pasar Malaysia yaitu dengan membuat Sertifikat Kesehatan dan Sertifikat HACCP yang menjadi jaminan jika produk makanan aman untuk dikonsumsi oleh pembeli.

Harga (*Price*)

Untuk bisa melakukan ekspor ke negara Malaysia, perlu dilakukan penentuan harga jual produk. Penentuan harga jual produk tidak akan sama dengan penetapan harga yang dilakukan pada pemasaran dalam negeri. Berdasarkan survei yang dilakukan di *e-commerce* Shopee Malaysia, harga jual kue kering untuk produk Nastar di Malaysia memiliki rata-rata harga jual RM30-RM50 per 250-300 gr atau senilai dengan Rp93.000- Rp174.554.

Harga produk ekspor tentunya akan lebih mahal dikarenakan faktor-faktor tambahan seperti biaya pengemasan, biaya pengiriman, biaya transportasi, dan biaya risiko lainnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Tenaga Ahli FTA Support Center, cara paling sederhana untuk menentukan gambaran harga jual ekspor suatu produk adalah dengan menghitung HPP ditambah dengan Ongkos Pengiriman ditambah ditambah dengan biaya risiko minimal 20%, dan ditambah *Markup* minimal 30%. Contoh perhitungan untuk 1 produk kue kering Tintun's Cookies varian Nastar dengan berat 375 gr adalah sebagai berikut:

Nastar dengan berat 375 gr memiliki HPP sebesar 85.000+Harga Pengiriman+ Biaya Risiko (20%) = 85.000+30.000+17.000=RP 132.000. Ini merupakan harga yang didapatkan setelah penambahan biaya ekspor namun belum berikuit dengan keuntungan. Tintun's Cookies dapat melakukan strategi penetapan harga pada dengan menggunakan *markup pricing* sebesar 30% dari harga satuan produk dan biaya ekspornya yaitu 132.000+ Markup (30%) = 171.600. Harga ini merupakan gambaran harga jual secara garis besar, Tintun's Cookies direkomendasikan untuk melakukan konsultasi lanjutan sebelum menentukan harga jual resmi ke pasar Malaysia dengan FTA Support Center Bandung untuk mendapatkan arahan terkait biaya ekspor lainnya.

Tempat (Place)

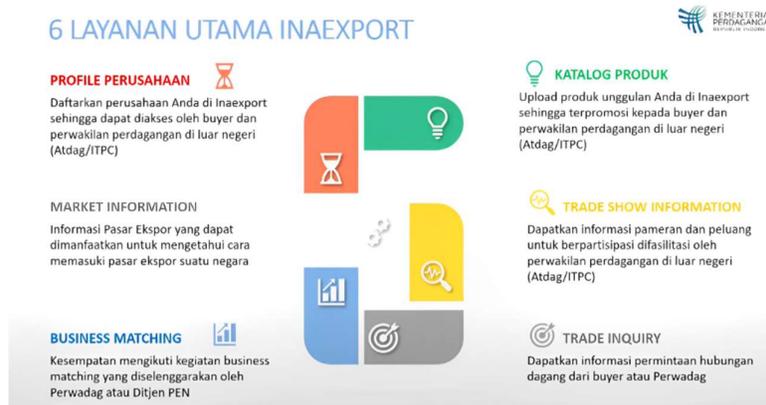
Saluran distribusi mengacu pada kegiatan yang melibatkan proses penyaluran produk Tintun's Cookies untuk sampai ke konsumen. Dalam proses ekspor produk kue kering ke Malaysia, distribusi dimulai dari pengiriman produk yang sudah selesai produksi ke pelabuhan Tanjung Priok. Saat produk sudah dikirimkan dari pelabuhan pengapalan barang, butuh waktu 3-5 hari untuk akhirnya sampai pada pelabuhan tujuan di Malaysia. Jika sudah berhasil keluar dari pelabuhan Malaysia, Tintun's Cookies dapat melanjutkan saluran distribusi dengan menggunakan agen atau distributor lokal Malaysia yang sudah memiliki pemahaman baik tentang pasar lokal untuk menyalurkan produk kue kering ke toko-toko atau konsumen akhir. Bisa juga dengan memilih toko retailer, mini market, ataupun supermarket yang banyak menjual produk Indonesia. Contohnya adalah mini market Domart yang khusus menjual 100% produk-produk Indonesia yang berlokasi di Setapak, Kuala Lumpur (Antara, 2023).

Promosi (Promotion)

Untuk bisa melakukan ekspor ke negara Malaysia, kegiatan promosi yang bisa dilakukan oleh Tintun's Cookies bisa menggunakan cara *online* dan *offline*. Sebagai langkah awal dalam melakukan ekspor, Tintun's Cookies memerlukan pembuatan Profil Perusahaan (*Company Profile*) yang bisa diakses oleh calon pembeli yang berfungsi sebagai portofolio perusahaan. Profil Perusahaan memuat informasi mengenai perusahaan, seperti visi dan misi, sejarah, produk serta layanan yang ditawarkan, dan informasi kontak. Profil Perusahaan harus dibuat dalam bentuk yang informatif, menarik, dan professional. Profil Perusahaan dibuat menggunakan bahasa Inggris sehingga memudahkan calon pembeli untuk memahami isinya. Profil Perusahaan ini bisa dicantumkan di *website*, di sosial media Tintun's Cookies, ataupun bisa dilampirkan secara langsung jika pembeli meminta file tersebut. Biasanya calon pembeli dan ekportir akan melakukan komunikasi menggunakan *email*. Tintun's Cookies harus

mencantumkan alamat email yang bisa dihubungi oleh calon pembeli di bio sosial media atau *website* Tintun's Cookies.

Kegiatan promosi secara *online* yang bisa dilakukan oleh Tintun's Cookies adalah dengan melakukan kolaborasi dengan pemerintah atau lembaga pengelola jasa ekspor untuk menemukan calon mitra atau pembeli di negara tujuan. Salah satu laman resmi yang difasilitasi oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yaitu inaexport.id. Pada laman ini, Tintun's Cookies dapat dengan mudah memasarkan produknya secara resmi ke pasar internasional.



Gambar 9 Layanan Utama Inaexport

Gambar 9 menjelaskan mengenai 6 layanan utama Inaexport diantaranya *profile* perusahaan yang dapat diakses oleh *buyer* dan perwakilan perdagangan di luar negeri (Atdag/ITPC), menyediakan *market information* dimana memuat mengenai informasi pasar ekspor yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui cara memasuki pasar ekspor suatu negara, *business matching* yaitu kesempatan untuk mengikuti kegiatan *business matching* yang diselenggarakan oleh Perwakilan Perdagangan dan Ditjen PEN, katalog produk untuk dipromosikan kepada *buyer* dan Atdag/ITPC, *Trade Show Information* berupa informasi mengenai pameran dan peluang untuk berpartisipasi yang difasilitasi oleh Atdag/ITPC, dan *Trade Inquiry* berupa informasi permintaan hubungan dagang dari *buyer* atau Perwakilan Perdagangan.

Selain itu, Tintun's Cookies juga dapat menggunakan media *e-commerce* untuk menjangkau konsumen luar negeri. Salah satu *e-commerce* yang bisa digunakan adalah Shopee dengan mengikuti Program Ekspor Shopee. Dengan mengikuti program Ekspor Shopee dapat memberikan kesempatan untuk Tintun's Cookies menjual produk ke *buyer* luar negeri serta memperluas usaha dengan cara yang lebih mudah tanpa dibebankan biaya. Selain dari negara

Malaysia, Tintun's Cookies berpeluang mendapatkan pesanan dari negara yang terafiliasi dengan Shopee yaitu Singapura, Filipina, Thailand, Meksiko, Brazil, Kolombia dan Taiwan.

Adapun kegiatan promosi *offline* bisa dilakukan dengan menghadiri pameran dagang makanan dan minuman di Malaysia untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli potensial. Salah satunya adalah acara pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah seperti *Trade Expo Indonesia*, IKA Pameran Dagang, Pameran Perdagangan Makanan & Minuman Internasional Malaysia (MIFB), dan *Malaysia International Halal Showcase (Mihias)*.

Orang (People)

Saat ini Tintun's Cookies belum memiliki pengalaman ataupun tim khusus yang memiliki pengetahuan dalam bidang ekspor. Tintun's Cookies dapat mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah dan organisasi swasta, terutama terkait dengan prosedur ekspor untuk UMKM. Salah satu inisiatif yang dapat diambil adalah berpartisipasi dalam *Pendampingan Export Coaching Program* yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia setiap tahun. Tintun's Cookies juga bisa melakukan konsultasi dengan Tenaga Ahli FTA Support Center Bandung untuk mulai mempersiapkan dokumen yang diperlukan. Dalam jangka panjang, Tintun's Cookies dapat mempertimbangkan strategi alternatif dengan membentuk tim ekspor yang memiliki pengalaman atau memanfaatkan layanan konsultan ekspor untuk mendapatkan panduan terkait dengan kegiatan ekspor. Dengan langkah ini, diharapkan Tintun's Cookies dapat meningkatkan efektivitasnya dalam mengimplementasikan kegiatan ekspor produknya ke Malaysia, bahkan memperluas jangkauan ke pasar internasional lainnya.

Bukti Fisik (Physical Evidence)

Saat ini, Tintun's Cookies memiliki 2 jenis kemasan untuk produk kue keringnya yaitu kemasan toples plastik dan kemasan *pouch*. Untuk bisa ekspor ke negara Malaysia, tidak ada ketentuan khusus terkait bahan atau jenis kemasan. Tintun's Cookies harus melengkapi persyaratan label sesuai dengan ketentuan negara Malaysia. Dimana untuk setiap makanan yang akan diimpor ke negara Malaysia, wajib untuk mencatumkan nama produk, daftar bahan, informasi nutrisi, tanggal kedaluwarsa, label halal, jumlah/berat dalam kemasan, negara asal dan alamat importir. Bahan baku yang digunakan oleh Tintun's Cookies adalah bahan baku premium, sehingga ini bisa menjadi keunggulan yang bisa ditonjolkan oleh Tintun's Cookies. Di kemasan Tintun's Cookies dapat menambahkan identitas kue kering "*Premium Pineapple Tart*", "*Premium Indonesian Cookies*", "*Authentic taste of Indonesia*" dengan deskripsi

“*Enjoy the authentic taste of Indonesia in every bite*”. Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Inggris yang diprint dan ditempelkan pada kemasan produk. Kemasan yang digunakan harus menggunakan segel yang aman.

Proses (*Process*)

Secara garis besar, proses ekspor yang akan dilakukan oleh Tintun’s Cookies dibagi menjadi 3 bagian yaitu Pra Ekspor, Saat Ekspor, dan Pasca Ekspor.

Pra Ekspor

Tintun’s Cookies belum memiliki pengalaman melakukan ekspor ke negara Malaysia. Sebagai eksportir pemula, tahap pra ekspor ini merupakan tahap paling penting untuk Tintun’s Cookies karena akan melakukan identifikasi dan persiapan terutama dari persyaratan dan prosedur di dalam di Indonesia dan di negara Malaysia. Proses pra ekspor ini diawali dengan persiapan produk.

Prosedur Ekspor Dalam Negeri yang Harus Dipenuhi Tintun’s Cookies

Prosedur ekspor ini merupakan informasi penting untuk diketahui bagi Tintun’s Cookies selaku UMKM pemula yang akan melakukan ekspansi bisnis ke Malaysia. Namun, sebelum memenuhi persyaratan di negara tujuan, penting untuk memahami prosedur ekspor di dalam negeri terlebih dahulu agar bisa memenuhi standar nasional dan layak untuk melakukan kegiatan ekspor. Persyaratan dan peraturan yang telah ditentukan oleh pemerintah melalui Kepabeanaan wajib ditaati oleh calon eksportir. Adapun persyaratan wajib yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam melakukan ekspor ke luar negeri adalah perusahaan memiliki legalitas usaha berupa NIB (Nomor Induk Berusaha), dan NPWP. Dalam hal ini Tintun’s Cookies sudah memenuhi persyaratan wajib sebagai eksportir karena sudah memiliki dokumen legalitas wajib yaitu NIB dan NPWP.

Setelah memenuhi syarat sebagai eksportir, Tintun’s Cookies harus memenuhi ketentuan komoditi yang akan diekspor. Komoditi yang dapat diekspor merupakan komoditi yang sudah diajukan melalui Pemberitahuan Ekspor Barang dan telah mendapatkan nomor pendaftaran. Produk yang akan diekspor oleh Tintun’s Cookies adalah produk makanan olahan dengan jenis kue kering. Adapun standar dan persyaratan ekspor makanan olahan adalah sebagai berikut:

1. Memiliki sertifikat BPOM atau minimal PIRT.
2. Memiliki sertifikat Halal
3. Memiliki sertifikat CPPOB.
4. Memiliki sertifikat Surat Keterangan Ekspor disertai dengan jenis Sertifikat Kesehatan (HC) dan *Certificate of Free Sale (CFS)*.

Dari ketiga persyaratan diatas Tintun's Cookies baru memenuhi di poin 1 dan 2 yaitu memiliki sertifikat PIRT dan Sertifikat Halal. Tintun's Cookies harus segera melengkapi persyaratan lainnya yaitu melakukan pendaftaran untuk pembuatan sertifikat CPPOB dan Surat Keterangan Ekspor.

Biasanya kegiatan ekspor diawali dengan terjadinya penawaran dari suatu pihak yang yang disetujui dengan pihak lain melauai *Sales Contract* yaitu pihak eksportir dan importir. Setiap negara memiliki persyaratan dan ketentuannya tersendiri. Adapun untuk negara Malaysia mewajibkan untuk setiap produk makanan yang masuk ke Malaysia untuk memiliki Sertifikat Kesehatan yang diterbitkan dari negara asal, sertifikat halal, dan HACCP. Setiap pembeli memungkinkan untuk mencantumkan sertifikat lainnya.

Saat Ekspor

Setelah Tintun's Cookies memenuhi ketentuan dan persyaratan mengekspor barang, langkah selanjutnya adalah melakukan kegiatan ekspor ke negara tujuan yaitu Malaysia. Pemerintah mengklasifikasikan kegiatan ekspor menjadi dua yaitu ekspor langsung dan tidak langsung. Untuk melakukan ekspor langsung maka Tintun's Cookies harus memenuhi semua persyaratan diatas sampai memiliki Surat Keterangan Ekspor baru selanjutnya dapat melaksanakan kegiatan ekspor disertai langkah-langkah sebagai berikut:

1. Kewajiban eksportir adalah melaporkan barang yang akan diekspor ke Kantor Bea dan Cukai di tempat pemuatan dengan cara mengisi formulir atau data elektronik PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang). PEB sendiri adalah dokumen resmi yang dibuat oleh eksportir dan dilengkapi dengan dokumen pendukung seperti *Invoice*, *Packing List*, dan dokumen lain yang diwajibkan.
2. Eksportir memiliki dua pilihan dalam mengurus PEB yaitu melakukannya sendiri atau menunjuk Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK) sebagai kuasa.
3. Batas waktu penyampaian PEB ke Kantor Bea Cukai di tempat pemuatan adalah minimal 7 (tujuh) hari sebelum tanggal ekspor yang diprediksikan dan paling lambat sebelum barang ekspor memasuki Kawasan Pabean di tempat pemuatan.
4. Setelah menyampaikan PEB, eksportir akan menunggu proses pemeriksaan dokumen oleh pejabat atau petugas yang berwenang. Jika dokumen yang diserahkan tidak lengkap, maka Nota Pemberitahuan Penolakan (NPP) akan diterbitkan.
5. Apabila pemeriksaan menunjukkan bahwa dokumen persyaratan untuk barang yang dilarang atau dibatasi belum terpenuhi, maka Nota Pemberitahuan Persyaratan Dokumen (NPPD) akan diterbitkan.

6. Penerbitan Pemberitahuan Pemeriksaan Barang (PPB) menjadi tanda bahwa pemeriksaan fisik barang diperlukan. Apabila hasil pemeriksaan sesuai, barulah Nota Pelayanan Ekspor (NPE) diterbitkan.

Setelah semua syarat dan dokumen diajukan, tahap selanjutnya adalah pemeriksaan fisik barang yang akan diekspor ke luar negeri oleh pihak berwenang, setelah semua persyaratan dan dokumen diajukan oleh eksportir. Pemeriksaan ini dapat dilakukan di berbagai tempat, seperti Kawasan Pabean, gudang eksportir, atau tempat penyimpanan barang ekspor lainnya.

Setelah semua dokumen dan persyaratan ekspor terpenuhi, eksportir mengirim barang ke negara tujuan dengan menggunakan jasa *Freight Forwarder*, EMKL, atau PPJK jika barang yang dikirim dalam jumlah besar, sedangkan jika barang yang dikirim dalam jumlah kecil perusahaan dapat menggunakan jasa ekspedisi. Pada tahap ini perusahaan akan memperoleh *Bill of Lading* dimana dokumen ini adalah bukti pengiriman barang yang dikeluarkan oleh perusahaan pengapalan atau agen pengapalan. B/L berisi informasi tentang barang yang dikirim, rute pengiriman, dan ketentuan pengiriman. Barang akan dimuat dan diangkut ke pelabuhan tujuan oleh perusahaan pelayaran dengan menyerahkan bukti penerimaan barang dan dokumen pengapalan lainnya kepada Tintun's Cookies. Setelah melakukan pengiriman barang perusahaan harus membuat Surat Keterangan Asal (SKA) dimana dokumen SKA ini berisi informasi tentang negara asal barang. Dokumen ini diperlukan untuk keperluan bea cukai dan preferensi tarif.

Pasca Ekspor

Setelah barang sampai ke negara tujuan, pembeli akan melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Eksportir akan menerima pembayaran dan mengkonfirmasi penerimaan pembayaran kepada pembeli. Mekanisme pembayaran ekspor melibatkan penyerahan *bill of lading* oleh eksportir kepada bank. Setelah bank memverifikasi keaslian *bill of lading*, pihak bank akan melakukan transfer pembayaran kepada eksportir

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Tintun's Cookies, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Negara Malaysia merupakan negara yang direkomendasikan untuk menjadi negara tujuan utama ekspor produk kue kering Tintun's Cookies. Hal ini didukung oleh beberapa faktor diantaranya:

- Permintaan Pasar yang Tinggi. Malaysia merupakan negara pengimpor terbesar ketiga untuk produk kue, *pastry*, dan *cookies* dari Indonesia setelah Jepang dan Australia. Selain itu, menurut data dari *International Trade Centre (ITC)* untuk produk biskuit manis negara Malaysia memiliki potensi yang besar untuk dimasuki. Data menunjukkan bahwa untuk produk biskuit manis di Malaysia memiliki nilai potensi ekspor 38 Juta USD, dengan aktual nilai ekspor sebesar 32 Juta USD dan memiliki 6.6 Juta USD yang harus dipenuhi.
 - Kedekatan Jarak, Penghapusan Tarif Impor, dan Kemudahan Regulasi. Indonesia dan Malaysia memiliki jarak yang relatif dekat, sehingga hal ini bisa mengefesiansikan biaya pengiriman dan waktu tempuh yang relatif lebih pendek. Selain itu, tarif impor yang dikenakan oleh Malaysia terhadap Indonesia adalah 0%. Lebih lanjut, Malaysia memiliki regulasi impor yang mudah dipenuhi oleh UMKM dan eksportir pemula.
 - Kesamaan Budaya dan Tren Produk. Indonesia dan Malaysia memiliki kesamaan budaya yang erat, seperti tradisi dan agama. Sama halnya dengan kue kering populer yang serupa. Beberapa contoh kue kering populer yang selalu ada saat Hari Raya di Malaysia antara lain *Tart Nanas* atau *Nastar*, *Kuih Semprit*, *Putri Salju*, dan *Kastengel*. Hal ini membuka peluang pasar yang lebih luas bagi Tintun's Cookies. Varian kue kering dan kemasan yang serupa dengan produk Tintun's Cookies ini meminimalisir kebutuhan penyesuaian produk dan modifikasi kemasan. Sehingga hal ini akan lebih meringankan Tintun's Cookies dalam sisi efisiensi biaya dan produksi.
2. Berdasarkan evaluasi faktor eksternal di negara tujuan, teridentifikasi bahwa peluang utama terletak pada regulasi yang mudah bagi produk impor kue kering dari Indonesia, termasuk proses perizinan dan standar produk. Namun, Tintun's Cookies juga perlu mewaspadai ancaman persaingan di pasar internasional dan dengan produk lokal Malaysia. Adapun, berdasarkan evaluasi faktor internal, Tintun's Cookies memiliki kekuatan dalam variasi produk yang beragam dengan bahan baku berkualitas premium, serta kemampuannya dalam menyesuaikan produk dengan tren dan selera konsumen.. Namun, Tintun's Cookies masih memiliki kelemahan dalam pengetahuan mengenai regulasi dan peluang di pasar internasional. Dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahannya, Tintun's Cookies dapat meningkatkan peluang keberhasilannya di pasar Malaysia.

3. Berdasarkan perumusan strategi menggunakan *Marketing Mix 7P*, Tintun's Cookies dapat memfokuskan pada produk unggulan seperti Nastar, Kastangel, dan Semprit yang diminati di Malaysia. Penyesuaian rasa dan kebutuhan konsumen Malaysia juga perlu dilakukan. Harga jual produk dihitung dengan *markup* 30% dari harga satuan. Tintun's Cookies dapat menggunakan agen atau distributor lokal Malaysia untuk menjangkau toko-toko dan konsumen. Pemilihan toko retailer, mini market, atau supermarket yang menjual produk Indonesia juga bisa menjadi pilihan. Promosi diawali dengan pembuatan Profil Perusahaan sebagai portofolio. Kolaborasi dengan pemerintah untuk menemukan mitra di Malaysia melalui inaexport.id dan media *e-commerce* dapat dilakukan untuk menjangkau konsumen luar negeri. Keikutsertaan dalam pameran dagang makanan dan minuman di Malaysia juga penting untuk memperkenalkan produk. Kemasan harus memenuhi persyaratan label di Malaysia dan menambahkan identitas kue kering. Pelatihan ekspor untuk UMKM dari pemerintah dan organisasi swasta perlu diikuti untuk memahami prosedur dan persyaratan di Indonesia dan Malaysia.

Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Menjaga Kualitas Produk dan Memperkuat Kesiapan Internal. Tintun's Cookies memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global. Untuk mewujudkannya Tintun's Cookies perlu memastikan konsistensi kualitas dan rasa produknya, serta menerapkan standar mutu internasional untuk membangun kepercayaan konsumen global termasuk masyarakat Malaysia. Selain itu, Tintun's Cookies disarankan untuk mencari tahu mengenai pemanfaatan program pemerintah yang mendukung ekspor UMKM, seperti fasilitasi perizinan, pelatihan ekspor, dan akses pendanaan serta melakukan kerjasama dengan instansi terkait untuk berkonsultasi terkait proses ekspor, termasuk dalam hal perizinan dan pemenuhan regulasi. Tintun's Cookies juga disarankan untuk fokus pada pemenuhan persyaratan ekspor di Indonesia dan negara tujuan.
2. Memanfaatkan Dukungan Pemerintah dan Jaringan Bisnis. Tintun's Cookies dapat meminta dukungan dengan pemerintah melalui KBRI Malaysia untuk melihat peluang ekspor. KBRI di negara tujuan seperti di negara Malaysia dapat menjadi sumber informasi bagi Tintun's Cookies terkait potensi pasar, regulasi, peluang bisnis, dan koneksi dengan *potential buyer*. Tintun's Cookies juga dapat bergabung dengan asosiasi eksportir makanan atau UMKM yang sudah pernah ekspor untuk mendapatkan *networking* dan informasi dalam proses ekspor.

3. Penguatan Promosi dan Pemasaran Global. Tintun's Cookies disarankan untuk melakukan pembenahan sarana promosi perusahaan seperti pembuatan *company profile* yang menarik dan informatif dalam Bahasa Inggris untuk menjangkau target pasar global. Dalam jangka panjang Tintun's Cookies dapat melakukan promosi digital melalui media sosial, *website*, dan *advertising* dengan layanan bisnis berbasis internet seperti *Google Ads* untuk meningkatkan visibilitas produk di internet dan menjangkau *potential buyer* di negara tujuan. Tintun's Cookies juga disarankan untuk mengikuti pameran dagang yang difasilitasi oleh pemerintah untuk memperkenalkan produk dan menjalin koneksi dengan *potential buyer*.

6. DAFTAR REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode kualitatif*. Syakir Media Press.
- Amanda, N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis kebijakan perdagangan internasional. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 4(1), 14–23.
- Amir. (2004). *Strategi memasuki pasar ekspor*. Penerbit PPM.
- CNN. (2021, September 18). 5 negara mayoritas Muslim tanpa syariat Islam. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20210918181902-106-696215/5-negara-mayoritas-muslim-tanpa-syariat-islam>
- David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Hendro, O. (2021). *Manajemen strategi: Konsep dasar, teori dan implementasi*. CV Amanah.
- InCorp. (2024, Juni 19). Malaysia vs. Indonesia: Which is the ideal destination for starting a business? *InCorp*. <https://www.incorp.asia/malaysia/blogs/malaysia-vs-indonesia-business-destination/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Manik, M. (2023). Pengaruh perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Public Service and Governance Journal*, 37–43.
- Mustikyantoro, N. S. (2022). *Kesamaan budaya di Indonesia dan Malaysia*. Internasional Waqaf Ilmu Nusantara.
- Ngatikoh, S., & Faqih, A. (2020). Kebijakan ekspor impor: Strategi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 167–190.
- Pamper. (2024, April 9). A delicious dive into Malaysia's most popular Raya cookies. *Pamper*. <https://www.pamper.my/news/lifestyle/festivals/a-delicious-dive-into-malaysias-most-popular-raya-cookies/>

- Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama, A. (2021). *Perdagangan internasional: Konsep dan aplikasi*. PT Bumi Aksara.
- Rothaermel, F. (2018). *Strategic management*. Georgia Institute of Technology.
- Sidabutar, V. T. (2018). *Cara mudah mengakses dan menyurvei pasar ekspor melalui internet*. Mahara Publishing.
- Statista. (2023, December 12). E-commerce in Malaysia - statistics & facts. *Statista Research Department*. <https://www.statista.com/topics/10292/e-commerce-in-malaysia/#editorsPicks>
- Statista. (2024, May 22). Number of users of e-commerce in Malaysia 2019-2029. *Statista Research Department*. <https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>
- Supiandi, A., Azizurohman, M., Habibi, P., & Syafari, M. (2022). Analisis pemahaman usaha kecil dan menengah terhadap kegiatan ekspor. *Journal of Law, Social, and Humanities*, 27–35.
- Sutedi, A. (2014). *Hukum ekspor dan impor*. Raih Asa Sukses.