

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Setiap UMKM selalu memiliki keinginan, keuletan dan kreatifitas masing – masing untuk mengembangkan usaha yang ditekuni. Ekspor menjadi suatu capaian tersendiri bagi UMKM apabila dapat memperluas dan melakukan ekspansi bisnisnya ke pasar internasional. Setiap UMKM harus menyadari potensi atau nilai yang dimiliki pada produk yang diciptakan sebab menginjak Pasar Internasional membutuhkan usaha lebih agar tercapai keberhasilan produk itu sendiri. Setiap negara asal dan negara tujuan memiliki perbedaan regulasi sehingga perusahaan dapat mencari peluang untuk menganalisis dan memanfaatkan celah ekspor.

Dengan ini penulis melakukan penelitian terhadap UMKM yang melakukan dan mengembangkan kearifan budaya lokal yakni minuman tradisional Legen yang diolah oleh UMKM PT Legend Tren Internasional. UMKM melalui produk olahannya ini telah menembus berbagai negara melalui ekspor, sehingga dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk UMKM agar lebih berani dan percaya diri terhadap produk yang dihasilkan.

Adapun sebuah upaya yang dilakukan oleh PT Legend Tren Internasional dalam melakukan ekspor minuman tradisional ini melalui strategi ekspor. Ada berbagai macam strategi ekspor, diantaranya yakni Strategi ekspor Adaptasi dan Inovasi produk erat kaitannya dengan penciptaan inovasi produk, produk turunan, dan kemasan; Strategi Ekspor Standarisasi Mutu Produk erat kaitannya dengan izin edar produk tersebut ke pasar internasional seperti HALAL, ISO dan HACCP; Strategi Ekspor Promosi produk erat kaitannya dengan memperkenalkan dan

sebuah cara untuk memasarkan serta mencari jaringan melalui peluang yang tersedia dapat dilakukan melalui e-commerce atau pameran dagang internasional. Negara yang berhasil di ekspor yakni Hongkong, Singapura dan Nigeria. Strategi ekspor UMKM yang dilakukan oleh PT Legend Tren Internasional ini sebagai langkah dalam mengenalkan produk hingga mampu membawa dan mengembangkan produk legen sebagai minuman tradisional ke Pasar Internasional. Prestasi juga menjadi syarat penting dalam melangkah dan sebagai bekal dalam memperkenalkan produk ke pasar internasional sebab dengan prestasi – prestasi tersebut artinya produk yang kita jual belikan unik, layak dan terpercaya.

Kendala dalam strategi ekspor yang dilakukan oleh PT Legend Tren Internasional yakni terkait modal atau biaya operasional khususnya pada pameran dagang internasional di luar negeri.

4.2. Saran

Saran peneliti untuk PT Legend Tren Indonesia selama ini mengalami kesulitan pada teknologi dan ketersediaan barang, sehingga harus mampu dalam mempertimbangkan open order seperti kapan pohon siap produksi, kesiapan petani legen dan calon *buyer*. diharapkan melalui cara ini PT Legend Tren Internasional bisa menjadikan peluang calon buyer untuk menandai waktu tersebut sehingga tidak sampai menolak *buyer* dengan alasan ketidakterediaan barang.

Saran peneliti untuk penulis selanjutnya yakni mencari informasi terkait volume ekspor sehingga dapat mengulas lebih dalam strategi ekspor yang digunakan oleh UMKM dan dapat disesuaikan dengan keadaan UMKM saat itu.

