Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

Strategi Pengembangan Rempah Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Pati

Muflihah[1*], Meilanta Rantina[2]
[1*] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia
[2] Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial, Ekonomi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Cileungsi, Jawa Barat, Indonesia
Email: *049045426@ecampus.ut.ac.id*, ***meilantarantina1992@gmail.com***
****Corresponding email:*** *049045426@ecampus.ut.ac.id*

Abstrak - Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dan mengurangi pengangguran di Indonesia. Tantangan yang dihadapi umumnya pada akses permodalan, kesenjangan literasi digital, pengelolaan manajemen, pemenuhan standar legalitas serta persaingan pasar. Banyak pengusaha kesulitan mengajukan pinjaman karna terbatasnya asset penjaminan. Ketimpangan literasi digital menyebabkan pelaku UMKM kecil di pedesaan belum memahami strategi pemasaran digital secara efektif dan menyeluruh, sementara ketiadaan sertifikasi halal, izin edar BPOM, dan minimnya inovasi membuat UMKM tersebut kesulitan dalam persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga pengembangan produk perlu dilakukan guna menciptakan nilai tambah sekaligus membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Objek penelitian ini adalah UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo, Kecamatan Trangkil, Kabupaten Pati yang dianalisis melalui pendekatan deskriptif kualitatif memakai wawancara mendalam serta observasi langsung, lalu hasilnya mengidentifikasi sejumlah strategi kunci UMKM rempah kering Seduh Glow guna meningkatkan daya saing di pasar, antara lain inovasi penyajian produk, penggunaan kemasan serta varian menarik, dan modernisasi alat produksi untuk memperkuat daya tarik maupun efisiensi produksi secara keseluruhan. Pendaftaran sertifikasi halal dan legalitas serta pemasaran melalui marketplace dan media sosial direkomendasikan untuk memperkuat kepercayaan konsumen serta membuka peluang pasar yang lebih luas diharapkan dapat membantu UMKM rempah kering dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan daya saing secara efektif di pasar global.

Kata kunci: UMKM, inovasi, daya saing, rempah.

Abstract *- Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in improving public welfare and reducing unemployment in Indonesia. Common challenges faced by these enterprises include access to capital, a digital literacy gap, management issues, compliance with legal standards, and market competition. Many entrepreneurs struggle to secure loans due to a lack of collateral assets. Disparities in digital literacy mean that small-scale, rural-based MSMEs often lack a comprehensive understanding of effective digital marketing strategies. Furthermore, the absence of halal certification and official product registration (such as from the BPOM—Indonesian Food and Drug Authority), combined with a lack of innovation, hinders their ability to compete in an increasingly rigorous market. Consequently, product development is essential to create added value and establish a sustainable competitive advantage. This study focuses on dried-spice MSMEs in*

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License .*

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

Tegalharjo Village, Trangkil District, Pati Regency, using a qualitative descriptive approach—incorporating in-depth interviews and direct observation. The findings identify several key strategies for the dried-spice MSME "Seduh Glow" to enhance its market competitiveness, including product presentation innovation, the use of attractive packaging and product variants, and the modernization of production equipment to boost both appeal and overall operational efficiency. Obtaining halal certification and legal compliance, alongside marketing through online marketplaces and social media, is recommended to strengthen consumer trust and unlock broader market opportunities. These measures are expected to assist dried-spice MSMEs in overcoming challenges and leveraging opportunities to effectively enhance their competitiveness in the global market.

Keywords*: MSMEs, innovation, competitiveness, spices.*

Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki pengertian sebagai usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang (Pemerintah Indonesia, 2008). UMKM merupakan pilar utama dalam membangun perekonomian nasional (Gustika et al., 2022). UMKM menguasai 99% dari total unit usaha di Indonesia serta menjadi konstributor utama bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Aprieni et al., 2024). Data ketenagakerjaan Badan Pusat Statistik 2026 menunjukkan jumlah pengangguran menurun menjadi 7,38 juta orang pada Agustus 2026 pada sektor pertanian 28,20% perdagangan besar dan eceran 17,86% Industri pengolahan 13,75% (BPS, 2026). Data menegaskan perkembangan UMKM merupakan bantalan strategis pencegahan pengangguran dan kemandirian ekonomi rakyat.

Peran penting UMKM dalam kegiatan ekonomi masyarakat salah satunya melalui pemanfaatan sumber daya lokal menjadi produk bernilai tambah. Indonesia yang kaya akan sumber daya alam memiliki peluang besar dalam memanfaatkan tumbuhan herbal sebagai sumber kesehatan mata pencaharian sekaligus penggerak ekonomi berbasis sumber daya local (Lasri et al., 2026). Nathasa & Mina (2023) menyatakan bahan rempah adalah pangan fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati melakukan inovasi rempah lokal yang umur simpannya sebentar menjadi tahan lama dan menghasilkan nilai jual tinggi. Penanganan rempah yang tepat akan dapat mempertahankan senyawa-senyawa penting di dalamnya, demikian pula factor-faktor pengolahan juga perlu menjadi

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

pertimbangan dalam memanfaatkan rempah sebagai bahan baku maupun bahan tambahan pada berbagai produk pangan (Putri & Fibrianto, 2018).

Proses pembuatan rempah kering pertama dengan pemilihan bahan berkualitas menyisihkan rempah berjamur dan berbau apek. Rempah segar mengeluarkan aroma pekat saat dicium sedangkan aroma lemah menandakan rempah sudah lama. Warna cerah menunjukkan kesegaran sedangkan warna kusam menandakan terlalu lama penyimpanan. Rimpang yang bagus berkulit tipis halus tidak berkerut dan menggumpal. Tidak ada bercak jamur lubang gigitan serangga atau campuran bahan asing. Kedua pembersihan bahan caranya berbeda tergantung bentuk dan jenis agar tidak merusak aroma khas dan minyak astirinya. Rempah rimpang berupa jahe kunyit lengkuas direndam dahulu selama 10 menit untuk melunakkan tanah disela kulit, menggosok lekukan rimpang menggunakan sikat sayur bersih dan dibilas menggunakan air mengalir dan mengupas tipis kulit rimpang supaya sedikit daging yang terbuang. Rempah daun serai dibersihkan dengan membuang daun yang menguning rusak dan berlubang cukup 2 lapisan, serai dimasukkan kewadah berisi air dingin diaduk perlahan agar pasir mengendap didasardan ditiriskan menggunakan tisu dapursebelum diolah. Ketiga pengirisan menggunakan pisau tajam dan teknik iris sesuai jenis rempah agar aroma keluar sempurna tanpa merusak teksture. Pemotongan serong daun serai, rimpang jahe kunyit lengkuas dipotong tegak lurus arah serat agar potongan tidak berserabut dan sarinya cepat keluar saat diseduh. Keempat pencucian ulang bahan setelah proses pengirisan untuk menghilangkan sisa getah dan kotoran tersembunyi dibagian dalam juga mencegah pertumbuhan jamur saat pengeringan. Lalu memastikan air bilasan tiris dengan sempurna. Kelima proses pengeringan menggunakan food dehydrator kapasitas 10 liter berisi 5 tray menampung 500 gram irisan rempah sekali jalan. Menyusun irisan rempah merata tidak bertumpuk dengan suhu 40 derajat celcius selama 8 jam untuk rimpang jahe kunyit lengkuas dan 7 jam untuk daun serai. Kelima proses pendinginan meletakkan disuhu ruang selama 40 menit. Keenam proses peracikan menimbang komposisi rempah kering secara akurat dengan timbangan digital menyesuaikan varian detoks care dan periode care memasukkannya kedalam kantong teh. Ketuju proses pengemasan dalam satu pouch berisi tiga kantong teh. Memastikan kemasan kedap udara dan tidak dalam kondisi ada kerusakan. Kedelapan pemasangan label pada bagian depan kemasan untuk membedakan varian detoks care berwarna huruf kuning dan varian periode care berwarna merah muda.

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

Dipersaingan bisnis ketat masa kini, tanpa strategi pengembangan usaha yang tepat, pelaku UMKM rempah kering bisa kehilangan pangsa pasar. Penting memahami faktor pengaruh daya saing dan menemukan taktik meningkatkan posisinya. Upaya yang dilakukan menciptakan nilai tambah produk dengan memberikan desain kemasan menarik. Inovasi desain kemasan memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk, terutama dalam industri makanan tradisional (Zebua et al., 2025). Widya Oktary (2025) menyebutkan kemasan juga berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian. Mahardika (2025) juga menyebutkan citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat beli ulang. Penggunaan label yang menarik juga penting untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Label merupakan suatu bagian produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya (Marinus, 2002, dalam Basir et al. 2023). Menurut Kotler dalam Abdul et al. (2023) fungsi label adalah: 1) Label mengidentifikasi produk atau merek, 2) Label menentukan kelas produk. 3) Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman). Dan 4) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Studi ini bertujuan untuk meneliti bagaimana strategi pengembangan produk yang digunakan oleh UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo dalam menghadapi persaingan pasar. Harapan dilakukannya studi ini dapat ditemukan taktik yang efektif untuk mendorong perkembangan UMKM lebih pesat lagi.

Metode

Pendekatan kualitatif deskriptif dipakai penelitian ini untuk memotret keadaan UMKM rempah kering secara faktual dan mendalam (Theng & MM, 2022). Kusumastuti et al. (2025) menyatakan penelitian kualitatif menggali pemahaman mendalam serta kompleks mengenai strategi pengembangan UMKM rempah kering, sementara pendekatan deskriptif memaparkan gambaran keadaan berdasarkan fakta yang ada secara rinci. Wawancara mendalam terhadap Bapak Ricky selaku pemilik usaha rempah kering di Desa Tegalharjo dan observasi langsung dipakai guna memperoleh informasi komprehensif tentang strategi pengembangan produk sekaligus mengetahui praktik UMKM rempah kering yang sebenarnya di lapangan secara nyata. Harjiyanto et al. (2025) menjelaskan

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

analisis SWOT sebagai bagian dasar pengambilan keputusan guna merancang strategi yang efektif, menangani berbagai kendala yang mungkin akan terjadi, dan memaksimalkan kemampuan positif yang ada dalam perusahaan usaha tersebut, sehingga data yang diperoleh digunakan untuk meneliti kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, serta strategi pengembangan UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo tersebut secara menyeluruh, terencana, dan matang.

Hasil dan Pembahasan

1.Hasil

UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo mengolah dan menjual rempah lokal hasil pertanian, produksi dijalankan Bapak Ricky selaku pemilik usaha bersama anggota keluarga, mulai dari pemisahan, pencucian, pengirisan, pengeringan hingga peracikan, pengemasan. Dua varian produk, yakni detoks dan periode care, menjadi pembeda UMKM rempah kering Bapak Ricky dari pelaku usaha lain karena beliau berinovasi menyajikan rempah kering sangat higienis, praktis, siap seduh dalam kemasan kantong satu kali minum yang aman berupa *pouch* modern yang menjaga kesegaran aroma maupun daya simpan produk tersebut, sementara penggunaan *pouch paper food grade* menjadi nilai tambah untuk mencegah masuknya mikroplastik ke dalam minuman tersebut secara lebih aman.

Azhari et al. (2025) menyimpulkan strategi inovasi dan diferensiasi produk merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176





Gambar 1dan 2. Varian Periode Care

Berdasarkan penelitian kondisi usaha UMKM rempah kering mempunyai kekuatan pendukung keberlangsungan bisnis dari melimpahnya bahan baku rempah lokal dengan harga jual kompetitif. Variasi produk serta kepercayaan konsumen terhadap kemurnian produk tanpa bahan pengawet.

Terdapat beberapa keterbatasan yang harus diperhatikan UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo. Sedikitnya tenaga kerja serta kecilnya kapasitas alat pengeringan dapat memengaruhi kemampuan usaha dalam memenuhi permintaan ketika pesanan meningkat dalam skala besar. Kondisi ini perlu diperhitungkan sebelum pengelola mengambil keputusan untuk memperluas kegiatan usaha

Disisi lain terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan UMKM rempah kering melalui perkembangan teknologi dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. Media sosial dan *e-commerce* dapat digunakan untuk memperkenalkan keunggulan rempah lokal, membangun komunikasi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pemasaran hingga ke luar daerah. Nurhidayanti (2025) memaparkan bahwa pemasaran digital bukan hanya sekadar sarana

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

promosi, tetapi juga instrumen strategis dalam memperluas akses pasar dan memperkuat daya saing produk lokal Indonesia di tingkat nasional maupun global.

Dari hasil wawancara dengan owner mengatakan bahwa UMKM rempah kering belum menggunakan *e-commerce* dan media sosial untuk memasarkan produknya. Penjualan UMKM rempah kering di Desa tegalharjo masih terfokus pada pesanan dan masyarakat sekitar. Owner mengaku belum melakukan sertifikasi halal dan BPOM karena masih terkendala biaya. Pencatatan keuangannya pun masih sederhana berupa format buku kas harian yang berisi arus kas masuk dan keluar.

Berikut pemetaan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM rempah kering di Desa Tegalharjo:

Tabel 1. Pemetaan factor analisis SWOT

Komponen	Faktor
Strenghts	Produk tahan lama kebutuhan kesehatan tinggi Kemudahan packing Keuntungan cukup bagus,
Weaknesses	Branding dan pemasaran belum luas Belum menggunakan *e-commerce* Modal terbatas Mesin masih berkapasitas kecil Penurunan aroma dan kualitas jika salah teknik, Belum bersertifikasi halal dan BPOM, ketergantungan musim panen
Opportunities	Ekspansi pemasaran digital Trend gaya hidup sehat Kemasan dan varian yang modern dan menarik
Threats	Fluktuasi harga bahan baku Pesaing diluar daerah semakin banyak Persaingan harga

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

2. Pembahasan

Perumusan Alternatif Strategi berdasarkan analisis SWOT setelah diketahui faktor didalamnya:

Tabel 2. Perumusan alternatif strategi

Strategi	Wujud Strategi
SO	Memanfaatkan daya tahan dan kepraktisan produk untuk memperluas pemasaran digital Mengembangkan varian produk rempah sesuai trend gaya hidup sehat Meningkatkan daya tarik kemasan agar lebih modern
WO	Menguatkan branding produk dan menggunakan media digital untuk meluaskan pemasaran Memperbaiki desain kemasan dan branding produk Mengupayakan sertifikasi halal dan izin edar BPOM.
ST	Menjaga kualitas produk Menonjolkan keunggulan pembeda produk Menetapkan harga jual yang kompetitif
WT	Mengelola persediaan bahan baku Meningkatkan efisiensi biaya produksi Memperbaiki teknik pengolahan untuk menjaga konsistensi kualitas produk

Berikut Adalah perumusan strategi berdasarkan analisis SWOT:

- Identitas merek yang kuat dan berkesan dibentuk melalui *product branding* yang membedakan produk dari pesaing sekaligus membangun basis pelanggan setia. Rio Nardo et al. (2024) menegaskan *product branding* merupakan aspek krusial untuk menciptakan identitas merek kuat dan berkesan, sementara UMKM perlu membangun citra merek secara digital lewat pemasaran pada platform media sosial maupun *marketplace* populer.
- Pengunggahan konten video maupun foto menarik secara konsisten, siaran langsung guna memperkenalkan produk langsung kepada calon konsumen, pemanfaatan *e-commerce* serta sistem *affiliate* untuk memperluas jangkauan pemasaran produk menjadi sejumlah cara yang

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

ditempuh UMKM dalam membangun *branding* di media sosial, sementara *branding* digital yang kuat menuntut pelaksanaan secara konsisten disertai strategi dan inovasi tepat agar citra merek positif tersebut melekat dalam benak konsumen secara berkelanjutan dan tahan lama.

- Di samping menjalankan pemasaran digital, pelaku usaha wajib pula menjaga integritas produk tersebut melalui kualitas serta keamanan guna membangun kepercayaan konsumen, memiliki sertifikasi halal dan izin edar BPOM, sekaligus secara rutin mengevaluasi proses pengolahan rempah dan hasil akhir. Novrianto et al. (2024) menyebutkan kualitas Produk dan kepercayaan terhadap merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- Desain kemasan dan membuat beberapa varian yang menarik juga berkonstribusi untuk menguatkan branding produk. Untuk meningkatkan daya tarik produk Bapak Ricky juga telah menggunakan kemasan kertas food grade ramah lingkungan yang selaras dengan produk rempah kering yang memiliki kesan higienis dan alami. Seperti dikemukakan Hasanah et al. (2026) bahwa kemasan memiliki peran penting sebagai elemen komunikasi merek yang mampu membentuk persepsi kualitas produk dimata konsumen.

Komunikasi maupun kerja sama yang baik dengan petani lokal, perbaikan operasional, tata kelola keuangan yang sehat menjadi langkah mengantisipasi fluktuasi bahan baku rempah tersebut, sementara Adevia & Suryani (2025) menegaskan manajemen operasional berperan strategis mendorong efisiensi dan efektivitas seluruh kegiatan UMKM serta berdampak positif terhadap stabilitas usaha, kemampuan memenuhi permintaan, dan perencanaan investasi jangka panjang secara berkelanjutan dan terukur.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM rempah kering Seduh Glow di Desa Tegalharjo, Kecamatan Trangkil, Kabupaten Pati memiliki faktor internal yang mendukung keberlanjutan usaha, yakni diferensiasi produk yang lebih berkualitas, penyajian pilihan varian, modernisasi kemasan, harga produk yang kompetitif, serta support system keluarga yang sangat kuat dan solid. Keterbatasan modal dan mesin berkapasitas kecil menjadi kendala UMKM rempah kering tersebut. Belum digunakannya media digital untuk memasarkan produk, belum dimilikinya sertifikasi halal, izin edar BPOM melengkapi kendala yang dihadapi usaha tersebut. Peluang eksternal UMKM rempah kering

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

tersebut berupa pemanfaatan media digital guna mengakses pasar yang luas dan kesadaran gaya hidup sehat yang mendukung penjualan produk rempah tersebut, sementara ancaman yang perlu diwaspadai berupa fluktuasi bahan baku rempah serta persaingan produk sejenis yang kian ketat. Untuk pemilik UMKM rempah kering Seduh Glow alangkah baiknya cepat mengoptimalkan pemasaran digital dengan memanfaatkan e-commerce dan media sosial serta segera melakukan pengurusan sertifikasi Halal dan izin edar BPOM untuk meluaskan pemasaran. Juga membangun komunikasi dan Kerjasama yang baik denagn petani lokal untuk menjaga kestabilan bahan baku di Tengah persaingan produk sejenis. Untuk pemerintah daerah di Kabupaten Pati diharapkan bisa memberikan fasilitas permodalan seperti bantuan mesin produksi berkapasitas lebih besar serta pendampingan pengurusan perizinan dan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM lokal. Untuk peneliti selanjutnya disarankan meneliti kelayakan finansial terkait penambahan mesin produksi serta mengukur efektivitas pemasaran digital terhadap peningkatan penjualan UMKM rempah kering. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM rempah kering Seduh Glow di Desa Tegalharjo Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati beserta keluarga yang sudah bersedia mendukung dan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan studi penelitian. Terimakasih juga disampaikan kepada chat GPT yang membantu dalam melakukan brainstorming ide.

Referensi

Adevia, J., & Suryani, N. (2025). Analisis Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Efisiensi UMKM (Studi Kasus Usaha Keripik Pisang Khanza Snack) Operational Management Analysis in Improving MSME Efficiency (Case Study of Khanza Snack Banana Chips Business). 4(2).

Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Lastriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen, 2(4), 188–193. https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976

Azhari, A., Anugrah, M., Tanjung, J., Sagala, R. A., Sri, W. C., & Manurung, R. (2025). Strategi Inovasi dan Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. In Jurnal Manajemen & Kewirausahaan (Vol. 10, Number 1).

BPS. (2026). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,75 persen : Rata-rata upah buruh sebesar 3,42 juta rupiah. https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2026/11/05/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-75-persen---rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-42-juta-rupiah.html

Gustika, S., Karona,) ;, & Susena, C. (2022). Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Sn-Emba) Ke-1 Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa.

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .

Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)
e-ISSN: 2963-3176 Page. 66-76
Vol. 05 No. 06 (2026): November 2026
DOI: ***https://doi.org/10.9000/jpt.v5i6.2391***
Received: 22 Oktober. ***Revised:*** 27 Oktober. ***Published:*** 10 November.
Available online at : https://jupetra.org/index.php/jpt/issue/archive
ISSN 2963-3176

Harjiyanto, K., Erliyani, I., Widiastono, A., Maryati, I., Bawaiqki Wandanaya, A., Yuliani, rifah, Kholid, I., Rachman, A., Adi Purwanto, S., & Randika, R. (2025). Analisis SWOT PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL.

Hasanah, I., Dassucik, & Agusti. (2026). Strategi packaging produk dalam meningkatkan persepsi kualitas dan minat beli pada makanan kebab al-baik besuki situbondo. https://jurnal.stisalhilalsigli.ac.id/index.php/jhei

Kusumastuti, S. Y., Anggraeni, A. F., Rustam, A., Desi, D. E., & Waseso, B. (2025). Metodologi penelitian: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Lasri, S. P., Kamil, P. A., Hamda, E. F., Fitrianti, S., & Era Maulia, S. P. (2026). Herbal Etnobotani: Ketahanan Ekonomi Pascabencana. Sada Kurnia Pustaka.

Mahardika, I. (2025). Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Merk Oasis Di Bali).

Nathasa, & Mina. (2023). Potensi Bahan Pangan… 133 Copyright @2023. In Jurnal Riset Gizi (Vol. 11, Number 2).

Novrianto, N., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, 3(2), 396–408. https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.12

Nurhidayanti, M. (2025). ISSN : XXXX-XXXX Peran Manajemen Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Lokal Indonesia. In Jurnal Manajemen Indonesia (Vol. 01, Number 1). https://ejournal.samudrailmu.com/index.php/jmi

Pemerintah Indonesia. (2008). Undang-Undang (UU)Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008

Putri, W. D. R., & Fibrianto, K. (2018). Rempah untuk pangan dan kesehatan. Universitas Brawijaya Press.

Rio Nardo, S. E., Yuliana, M. M. L., Ds, S., Ratnasari, M. M. K., Jeffry Nugraha, S. T., Lasminingrat, M. M. A., SE, M. M., Kusuma, H. W., Meydy Fauziridwan, S. M. B., & Sudirman, M. M. A. (2024). Branding strategy di era digital. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Theng, B. P., & MM, M. (2022). Metode penelitian deskriptif. Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner, 31.

Widya Oktary. (2025). Peran packaging dalam strategi marketing bagi daya tarik beli konsumen (studi kasus air mineral umtqu). https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1717

Zebua, F., Hulu, T. H. S., Lase, D., & Baene, E. (2025). Inovasi Desain Kemasan Dodol Durian Nias sebagai Strategi Peningkatan Daya Tarik dan Penjualan di UD Tanda Setia Gunungsitoli. Management Perspective: Jurnal Penelitian Manajemen, 2(2), 80–97. https://doi.org/10.62138/management.v2i2.124

Karya ini dilisensikan di bawah *Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License* .