

Analisis Strategi Pengiriman Internasional Produk Kecantikan oleh UMKM: Studi Kasus Kuku Palsu

Imel Aura Agustin¹, Nadila Elsa², Nur Fauziah Putri³, Asep Saepuloh⁴,
Yoga Sampurna⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung,
Kota Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email:

imelagustin@umbandung.ac.id nadilaelsa@umbandung.ac.id nurputri@umbandung.ac.id
asepsaepuloh@umbandung.ac.id yogasampurna@umbandung.ac.id

Diterima: 02-07-2025 | Disetujui: 06-07-2025 | Diterbitkan: 08-07-2025

ABSTRACT

This study aims to explore the international shipping strategy implemented by Aurra Beauty Bar, a micro-enterprise that exports fake nail products under the brand Aurra Nailss to Malaysia. The research employs a qualitative descriptive method with a case study approach. The main focus of this study includes communication processes, transaction systems, logistics management, and the challenges encountered in cross-border delivery. Data were collected through observation, documentation, and interviews. The findings indicate that despite operating on a micro scale, Aurra Beauty Bar successfully managed international shipping by leveraging personal networks, utilizing reliable logistics services (Lion Parcel), and adopting flexible payment solutions such as Wise. Challenges related to limited access to international payment systems and communication barriers with buyers were addressed through adaptive strategies. The study concludes that small enterprises have the potential to enter international markets through careful planning, strategic adaptability, and optimal resource utilization.

Keywords: international shipping; beauty product; micro-enterprise; fake nails; export strategy.

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengiriman internasional yang diterapkan oleh Aurra Beauty Bar, sebuah usaha mikro yang mengekspor produk kuku palsu dengan merek Aurra Nailss ke Malaysia. Penelitian ini memanfaatkan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Fokus utama dari kajian ini meliputi proses komunikasi, sistem transaksi, pengelolaan logistik, dan tantangan yang dihadapi dalam proses pengiriman lintas batas. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Temuan menunjukkan bahwa meskipun beroperasi dalam skala mikro, Aurra Beauty Bar mampu berhasil dalam pengiriman internasional dengan memanfaatkan jaringan pribadi, menggunakan layanan logistik yang terpercaya (Lion Parcel), dan mengadopsi solusi pembayaran yang fleksibel seperti Wise. Tantangan terkait akses terbatas pada sistem pembayaran internasional dan hambatan komunikasi dengan pembeli berhasil diatasi melalui strategi yang adaptif. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa usaha kecil memiliki potensi untuk meraih pasar internasional dengan perencanaan yang matang, adaptasi strategis, dan optimalisasi sumber daya.

Kata kunci: pengiriman internasional; produk kecantikan; usaha mikro; kuku palsu; strategi ekspor

CARA SITASI ARTIKEL INI:

Imel Aura Agustin, Nadila Elsa, Nur Fauziah Putri, Asep Saepuloh, & Yoga Sampurna. (2025). Analisis Strategi Pengiriman Internasional Produk Kecantikan oleh UMKM: Studi Kasus Kuku Palsu. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2b), 4096-4106. <https://doi.org/10.62710/t89z9a15>

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri kecantikan di tingkat global telah membuka peluang yang sangat signifikan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di sektor produk kreatif seperti seni kuku. Dalam beberapa tahun terakhir, seni kuku tidak lagi dipandang sekadar sebagai bagian dari tren fesyen, tetapi telah menjadi simbol ekspresi diri dan bentuk seni yang mencerminkan identitas budaya serta gaya hidup. Meningkatnya kesadaran masyarakat global terhadap perawatan diri dan personal grooming juga menjadi faktor pendorong dalam perkembangan ini. Industri kecantikan di seluruh dunia sedang berkembang pesat, memberikan peluang luar biasa bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di bidang produk kreatif seperti seni kuku. Dalam beberapa tahun terakhir, seni kuku telah berevolusi menjadi lebih dari sekadar tren mode, melainkan menjadi alat untuk mengekspresikan diri dan sebuah seni yang mencerminkan budaya serta cara hidup. Selain itu, peningkatan perhatian masyarakat global terhadap perawatan diri dan grooming pribadi juga berkontribusi pada hal ini.

Menurut (Syafira & Ibrahim, 2023) UMKM Indonesia di sektor seni kuku telah mulai menargetkan pasar ekspor, khususnya Malaysia, dengan memanfaatkan preferensi konsumen yang menyukai produk kustom dan handmade. Faktor kedekatan geografis dan kultural antara Indonesia dan Malaysia turut memperkuat potensi pasar tersebut. Konsumen Malaysia cenderung memilih produk-produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga memiliki nilai estetika dan sentuhan budaya lokal. Hal ini menjadi peluang yang sangat besar bagi UMKM di Indonesia yang bergerak di bidang seni kuku kini mulai mengincar pasar ekspor, terutama ke Malaysia, dengan memanfaatkan kesenangan konsumen terhadap produk yang dibuat secara handmade dan kustom. Dekatnya lokasi dan kesamaan budaya antara Indonesia dan Malaysia juga membantu meningkatkan potensi pasar. Para konsumen di Malaysia cenderung lebih menyukai barang-barang yang tidak hanya berguna tetapi juga menawarkan nilai seni dan nuansa budaya setempat. Menunjukkan bahwa UMKM di sektor ini memanfaatkan kecenderungan konsumen Malaysia yang cenderung menyukai barang yang kustom dan handmade.

Namun demikian, terdapat tantangan nyata yang harus dihadapi oleh UMKM dalam menembus pasar internasional. (Trenggonowati et al., 2022). Namun demikian, terdapat tantangan nyata yang harus dihadapi oleh UMKM dalam menembus pasar internasional. menekankan bahwa masalah utama yang sering muncul adalah keterbatasan pemahaman terhadap prosedur pembayaran antar negara, kendala komunikasi karena perbedaan zona waktu, serta hambatan dalam proses logistik dan kepatuhan terhadap regulasi ekspor. Hal ini diperparah oleh keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM, baik dari sisi manajerial, teknologi, maupun pendanaan. Meskipun begitu, terdapat sejumlah tantangan yang nyata bagi UMKM saat mencoba memasuki pasar global menyoroti bahwa kendala utama yang sering muncul adalah kurangnya pemahaman mengenai prosedur pembayaran internasional, masalah komunikasi akibat perbedaan waktu, serta rintangan dalam logistik dan kepatuhan terhadap aturan ekspor. Situasi ini semakin rumit mengingat sumber daya yang dimiliki UMKM sering kali terbatas, baik dalam hal manajemen, teknologi, maupun dana. Salah satu permasalahan terbesar adalah pada aspek pengelolaan rantai pasokan. Akses yang terbatas ke jaringan distribusi global, biaya logistik yang tinggi, dan kapasitas produksi yang belum tentu konsisten sering kali menjadi kendala dalam menjaga keberlanjutan ekspor. Untuk itu, dibutuhkan strategi yang tepat dan dukungan sistem yang memadai agar UMKM dapat bersaing secara efektif di pasar internasional. Salah satu tantangan utama terletak pada pengelolaan rantai pasokan. Keterbatasan dalam mengakses jaringan distribusi internasional, tingginya biaya pengiriman, dan ketidakstabilan kapasitas produksi sering menjadi halangan yang sulit supaya ekspor tetap berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat serta dukungan sistem yang memadai agar UMKM dapat berkompetisi secara efektif di pasar global.

Tantangan dalam pengelolaan rantai pasokan bagi UMKM, seperti akses yang terbatas ke jaringan distribusi dan biaya logistik yang tinggi, yang dapat memengaruhi efektivitas distribusi serta daya saing di tingkat global. Lebih dalam, (Loqman & Fauziah, 2023) menemukan bahwa penggunaan teknologi digital—termasuk media sosial dan platform e-commerce—mendukung UMKM dalam memasuki pasar ekspor, mempercepat komunikasi, serta mempermudah pengelolaan transaksi internasional.

Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya memusatkan perhatian pada UMKM yang berukuran menengah dan kurang meneliti pengalaman ekspor langsung dari UMKM mikro dalam konteks studi kasus. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengiriman internasional yang diterapkan oleh Aurra Beauty Bar, sebuah UMKM mikro yang mengeksport produk kuku palsu (Aurra Nailss) ke Malaysia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus tunggal. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam dan kontekstual mengenai strategi pengiriman internasional yang diterapkan oleh Aurra Beauty Bar, sebuah usaha mikro yang mengeksport produk kuku palsu ke Malaysia. Studi kasus tunggal memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara detail fenomena dalam konteks nyatanya, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak jelas secara tegas (Baxter & Jack, 2015)

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi partisipatif langsung terhadap aktivitas usaha seperti proses pengemasan, komunikasi dengan pembeli luar negeri, dan pengiriman produk melalui jasa ekspedisi Lion Parcel. Selain itu, dilakukan juga wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha dan pembeli dari Malaysia guna menggali informasi tentang pengalaman transaksi, kendala pembayaran, serta strategi komunikasi internasional yang digunakan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi internal, seperti invoice transaksi, bukti resi pengiriman, foto produk, serta tangkapan layar komunikasi digital via WhatsApp dan aplikasi Wise. Studi pustaka juga dilakukan untuk mendukung analisis teoritis, dengan mengacu pada artikel jurnal ilmiah terkait pengiriman internasional oleh UMKM, sistem logistik mikro ekspor, dan strategi adaptasi bisnis.

Analisis data dilakukan secara tematik, melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan memperhatikan prinsip triangulasi untuk memastikan validitas dan kredibilitas data (Baxter & Jack, 2015). Keseluruhan proses penelitian dilakukan secara sistematis untuk memberikan pemahaman mendalam dan akurat tentang bagaimana UMKM dapat menembus pasar global secara mandiri dan strategis.

KAJIAN TEORITIS

1. Ekspor Mikro dan Strategi UMKM

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama penggerak perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan

berdasarkan jumlah aset, omzet, dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB nasional serta penyerapan tenaga kerja, dan dalam beberapa tahun terakhir mulai aktif memasuki pasar ekspor melalui produk unggulan daerah.

Peran UMKM dalam ekspor semakin diperkuat oleh tren globalisasi dan perkembangan teknologi digital yang mempermudah akses pasar internasional. Melalui inovasi produk, pemanfaatan platform digital, serta dukungan pemerintah, UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar global. (Husein & Febrianti, 2024)

2. Strategi Pengiriman Internasional

Strategi pengiriman internasional adalah komponen penting dari proses ekspor, terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) yang sedang memasuki pasar global. Strategi ini mencakup berbagai keputusan mengenai pemilihan teknik pengiriman, tipe layanan logistik, pemilihan mitra pengiriman, perkiraan waktu pengantaran, pengemasan barang, serta penyesuaian dengan aturan ekspor di negara tujuan (Zhang, 2023)

Bagi UMKM, keterbatasan pada sumber daya menjadi hambatan utama dalam merancang sistem pengiriman yang efektif. Oleh karena itu, pelaku UMKM cenderung menggunakan strategi pengiriman yang adaptif, berbasis kerjasama, dan memanfaatkan layanan logistik dengan skala kecil hingga menengah, seperti Lion Parcel, Ninja Xpress, atau JandT International yang menawarkan layanan ekspor mikro dengan proses dokumen yang disederhanakan.

3. Komunikasi dan Sistem Pembayaran Lintas Negara

Komunikasi efektif antar penjual dan pembeli lintas negara kini banyak berlangsung melalui media digital, terutama via electronic word-of-mouth (eWOM). eWOM memungkinkan konsumen memberikan umpan balik dan rekomendasi produk secara publik, yang dapat memperkuat kepercayaan pembeli internasional terhadap UMKM Indonesia (Evyanto & Saputra, 2025) Sementara itu, sistem pembayaran lintas negara juga mengalami transformasi signifikan, terutama dengan adopsi QRIS cross-border, yang memungkinkan transaksi instan dan aman antarnegara, termasuk di ASEAN (Bisnis et al., 2025) Melalui QRIS cross-border, konsumen asing dapat membayar langsung dengan aplikasi lokal tanpa perlu menukar mata uang terlebih dahulu, sehingga mengurangi biaya dan mempercepat proses transaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Usaha

Aurra Beauty Bar merupakan salah satu unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa kecantikan modern. Usaha ini berdiri sejak tahun 2023 dan dikelola secara mandiri oleh Imel Aura. Aurra Beauty Bar berlokasi di kawasan strategis dan melayani berbagai jenis perawatan kecantikan, seperti kuku palsu (fake nail), nail art, eyelash extension dan brow waxing.

2. Foto Produk

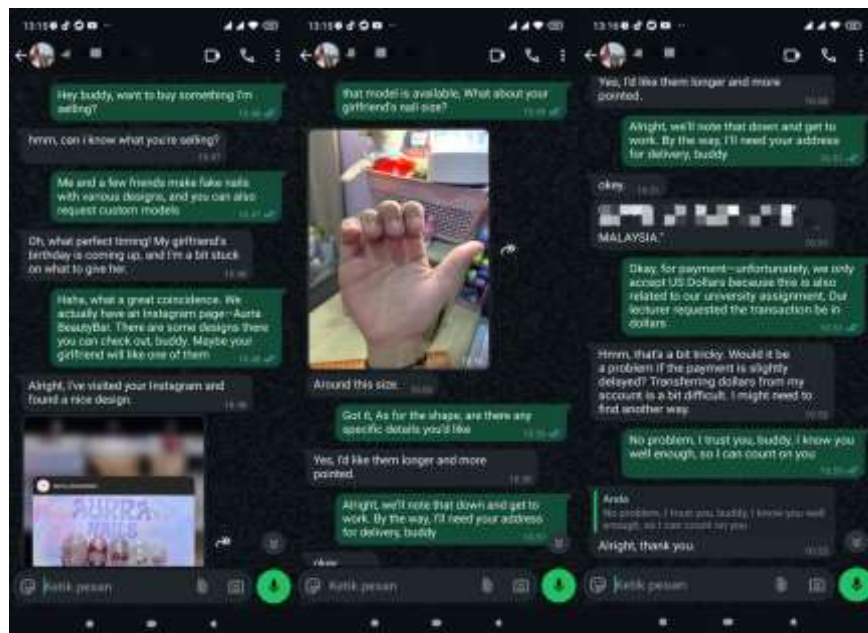


Gambar 1. Produk Kuku Palsu

Produk kuku palsu dengan ukuran S dan bentuk Long Almond Produk ini memiliki desain yang elegan dan feminin, dihiasi dengan motif buah ceri, pita mungil, mutiara, serta kilau rhinestone. Kombinasi warna nude, maroon, dan putih susu dengan harga Jual Rp 60.000

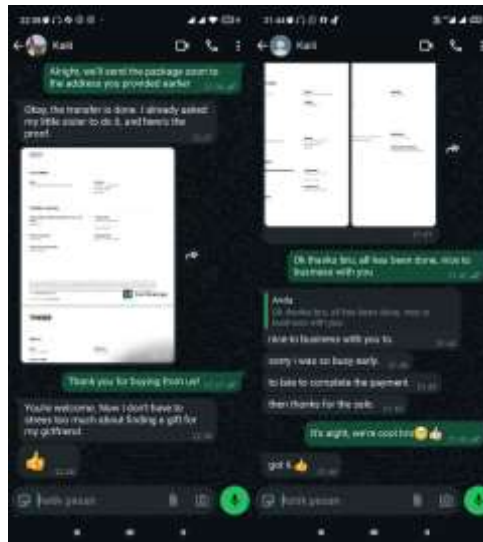
3. Komunikasi antara Penjual dan Pembeli

Pada Tanggal 13 2025 kami menawarkan Kuku palsu merek Aurra Nailss Kepada Moch Khairul melalui komunikasi di WhatsApp, dan Moch Khairul telah menyetujuinya untuk membeli.



Gambar 2. Bukti Percakapan

Kemudian Pada Tanggal 18 Mei 2025 melakukan percakapan transaksi awal dengan M. Khairul dimana M. Khairul membayar sebagian dari jumlah uang yang harus dibayarkan seharga 34 MYR dalam rupiah sebesar 130 IDR, dengan dua kali transaksi Kemudian Pada tanggal 26 Mei pada transaksi yang kedua M. Khairul bin udan telah melakukan pelunasan. Kemudian Pada tanggal 26 Mei pada transaksi yang kedua M. Khairul bin udan telah melakukan pelunasan.



Gambar 3. Bukti Percakapan & Transaksi

4. Negara Tujuan Pengiriman

Malaysia dipilih sebagai salah satu negara tujuan pengiriman produk kecantikan, khususnya kuku palsu dari merek Aurra Nailss, karena beberapa alasan strategis dan personal yaitu: Kedekatan Geografis

Malaysia merupakan negara tetangga yang berbatasan langsung dengan Indonesia. Jarak yang relatif dekat menjadikan proses pengiriman lebih cepat dan efisien, baik dari segi waktu maupun biaya logistik. Hal ini sangat menguntungkan untuk pengiriman produk kecantikan yang memerlukan penanganan rapi dan tepat waktu.

Koneksi Personal dan Relasi

Pengiriman produk ke Malaysia juga didukung oleh adanya teman atau relasi di sana yang bisa menjadi perantara, reseller, atau bahkan pelanggan awal. Koneksi personal ini menjadi jalur awal yang efektif untuk membangun basis konsumen dan mempermudah proses distribusi di pasar luar negeri.

Regulasi Impor yang Lebih Fleksibel

Dibandingkan negara-negara Barat, Malaysia memiliki regulasi impor untuk produk non-makanan dan kecantikan yang lebih mudah diurus, terutama dalam skala kecil atau UMKM. Hal ini menjadikan Malaysia sebagai pilihan ideal untuk ekspansi awal secara internasional.

5. Metode Pengiriman

Metode ekspor barang menggunakan jasa pengiriman lion parcel yang beralamatkan di Jl. AH. Nasution no 483, cipadung, kec. cibiru, kota Bandung, jawa barat.

Jenis barang ekspor

produk yang kami ekspor adalah kuku palsu merek aura nails, yang merupakan produk kecantikan berbahan plastik berkualitas tinggi, dengan berbagai desai dan varian warna. produk ini dikemas secara rapi dan aman agar tidak rusak selama pengiriman lintas negara.

Tujuan ekspor barang dan negara tujuan

Negara tujuan ekspor adalah malaysia, dengan target pasar remaja dan orang dewasa.

proses pengiriman

barang dikirim menggunakan jasa lion parcel, dengan estimasi perjalanan selama 8 hari di perjalanan. lion parcel menyediakan layanan ekspor ke luar negeri dengan dukungan logistik udara.

Drop - off / pick - up

dianatar langsung ke outlet lion parcel terdekat yaitu di Jl. AH. Nasution no 483, cipadung, kec. cibiru, kota Bandung, jawa barat.setelah sampai ke negara tujuan, produk di kirim ke alamat tujuan menggunakan mitra lokal lion parcel di sana.

Bukti Pengiriman Produk

Deskripsi	Dokumentasi
Proses packing dan pengiriman produk di pihak jasa kirim lion parcel pada tanggal 16 April 2025	
Produk telah selesai di packing siap dikirim ke transit berikutnya	
Nomber Resi pengiriman produk 11LP1744689353618 atau bisa di scandi di atas pojok kanan untuk melihat proses perjalanan paket berikutnya.	

Produk dalam proses pengiriman Jalur darat dan udara. Status Pengiriman produk dimulai dari tanggal 16 april 2025 sampai dengan 23 april 2025	
Produk telah sampai pada tanggal 25 april 2025. dan diterima oleh saudara M.khairul Bin Udan di alamat: Blok A Jalan Geharu li Taman Rinting Johor Malaysia.	

6. Invoice Penjualan



Gambar 4. Bukti Transaksi Pertama

Berikut adalah bukti Invoice dari M. Khairul bin udan yang telah melakukan kerja sama untuk Pembelian Produk Aurra Nailss melalui wise kerabatnya Ahmad Rajib bin Chung dengan mata uang Ringgit Malaysia sebesar 34 MYR , dalam rupiah sebesar 130 IDR, dengan dua kali transaksi, yang pertama pada tanggal 18 mei di hari minggu. se harga 24 ringgit, dalam rupiah senilai Rp 80.000



Gambar 5. Bukti Transaksi Ke-2

Kemudian Pada tanggal 26 Mei di hari senin M. Khairul bin udan telah melakukan pelunasan transaksi yang kedua seharga 15,50 ringgit, dalam rupiah se nilai 59.000

7. Tantangan yang dihadapi

keterbatasan akses ke sistem pembayaran internasional

salah satu kendala utama yang kami alami adalah sulitnya menemukan metode pembayaran yang cocok dan aman untuk kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. sebagai pelaku usaha skala kecil, kami belum memiliki akses kelayakan pembayaran internasional. sementara itu metode seperti paypal atau wise juga memiliki potongan biaya yang cukup tinggi atau belum tersedia secara luas di malaysia.

Sulitnya Komunikasi dengan Pembeli karena Kesibukan dan Masalah Rekening.

Tantangan lainnya yaitu kesulitan dalam menjalin komunikasi yang lancar dengan beberapa pembeli, khususnya karena kesibukan mereka. Salah satu pembeli adalah anggota militer (tentara) yang memiliki keterbatasan waktu dan akses komunikasi. Selain itu, pembeli tersebut juga mengalami kendala dengan rekening pribadinya, yang menyulitkan proses pengiriman dana ke pihak kami.

8. Solusi

Untuk mengatasi hambatan ini, kami tetap menggunakan metode pembayaran Wise, dengan ketentuan bahwa biaya pengiriman ditanggung oleh pembeli. Selain itu, karena pembeli sering sibuk atau memiliki masalah dengan rekening pribadi, pembeli diperbolehkan menggunakan rekening milik saudara atau kerabatnya sebagai alternatif untuk melakukan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baxter, P., & Jack, S. (2015). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice ReseaBaxter, P., & Jack, S. (2015). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and

- Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544–559. <https://doi.org/10.46780/qualitative-report.v13i4.544-559>.
- Bisnis, J., Syariah, E., & Pajak, D. (2025). Dampak QRIS terhadap Kedaulatan Digital Indonesia dan Hubungan Perdagangan Internasional. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak*, 2, 36–44.
- Evyanto, W., & Saputra, A. (2025). Prosiding Seminar Nasional Manajemen Pengaruh Media Sosial dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 1333–1340. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index> ISSN: 2502-475X
- Husein, M. S., & Febrianti, P. R. (2024). Strategi Peningkatan Daya Saing Ekspor untuk Menjadikan Indonesia Sebagai Negara Eksportir Utama Dunia. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(6), 2065–2071. <https://doi.org/10.59188/jcs.v3i6.775>
- Loqman Ananta Azaria, & Sumainah Fauziah. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Ekspor Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 77–82. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.147>
- Syafira, D., & Ibrahim, H. (2023). Peran Umkm Dalam Strategi Dan Pemasaran Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2444–2450. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13296>
- Trenggonowati, D. L., Herlina, L., Ridwan, A., & Sirajuddin, S. (2022). Strategi meningkatkan ekspor produk usaha mikro kecil dan menengah pada masa transisi pasca pandemi Covid-19. *Journal Industrial Servicess*, 8(1), 118. <https://doi.org/10.36055/jiss.v8i1.15808>
- Zhang, L. (2023). *Exporting Barriers Facing Small and Medium Sized Enterprises in China By Lilong Zhang A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy University of South Wales*. 1–385.