

## **JOINT PRESS RELEASE**

**Nomor: 05/PR-PERURI/II/2024**

### **Bertemu Langsung Dengan Lebih Dari 100 Pemilik Jenama Lokal di Lahan Ex Pabrik Uang**

Jakarta, 27 Februari 2024 – Pernah menjadi situs bersejarah di mana uang rupiah dicetak dengan kisah-kisah yang bergema sepanjang waktu, Kota Peruri yang berlokasi di Jalan Palatehan, Kebayoran Baru-Jakarta Selatan, telah mengalami transformasi yang luar biasa. Melestarikan kemegahan arsitekturnya, salah satu sisi area ini berkembang menjadi ruang kreatif dan hiburan yang dikenal dengan M Bloc Space.

Saat pengunjung menjelajahi Kota Peruri, mereka dikelilingi oleh sekilas masa lalu yang digambarkan melalui bangunan tua bersejarah, berbagai mural yang mulai memudar, dan ruang rahasia yang membisikkan sejarah situs yang kaya. Perpaduan sempurna antara area komersil dan warisan bersejarah sebagai bukti hidup berlalunya waktu.

Merangkul semangat dari para komunitas lokal, situs warisan yang telah diubah ini akan menjadi tempat diselenggarakannya The Local Market–Spring Edition selama akhir pekan di awal bulan Maret 2024. Di tengah gema nuansa bersejarah, para pemilik jenama lokal dengan bangga memperkenalkan produk buatan tangan mereka dan terhubung dengan jaringan komunitas, sekaligus memberi nafas kehidupan baru, menumbuhkan rasa memiliki, serta membawa pelestarian nilai-nilai cagar budaya dari masa lalu, kini, dan masa yang akan datang. Kota Peruri merupakan bangunan bersejarah milik Peruri, BUMN yang bertugas mencetak Uang Rupiah RI yang kini telah bertransformasi menjadi perusahaan teknologi (*technology company*).

The Local Market lahir dari sebuah ide untuk mengumpulkan para pengrajin lokal untuk menampilkan serta menjual produknya ke masyarakat. “Kami berfokus kepada produk lokal buatan Indonesia yang telah dikurasi dan berdampak sosial, salah satunya untuk pemberdayaan masyarakat di bidang wirausaha,” kata Titonius Karto selaku Founder of The Local Market dan Ku Ka. The Local Market lebih dari sebuah tempat untuk membeli atau menjual barang, di sini semua individu bersatu untuk menyuguhkan *event* yang dinamis serta membentuk suatu komunitas yang saling bersinergi.

“Kami percaya dengan membentuk lingkungan yang suportif tanpa suasana kompetitif, para pemilik jenama lokal dapat menciptakan hubungan yang harmonis antar sesama dan pengunjung untuk saling mendukung produk kerajinan tangan serta membuat pergerakan untuk memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat,” tambah Titonius, yang biasa disapa Tito.

Lebih dari 100 jenama lokal yang terkurasi akan hadir meramaikan acara “The Local Market–Spring Edition”. The Local Market edisi kali ini diadakan di Kota Peruri pada 1-3 Maret 2024 mulai pukul 10 pagi hingga 8 malam, yang dimeriahkan ratusan jenama lokal dari berbagai jenis industri kerajinan dan produk *handmade*, penampilan seni budaya lewat tarian dan alunan musik gamelan serta penampilan musisi lokal yang dikemas secara spesial. UMKM Binaan Peruri, Kriti by Lusy dan Addictea menjadi salah satu peserta yang turut berpartisipasi memamerkan produknya di The Local Market–Spring Edition. Kriti by Lusy merupakan UMKM dengan produk *wastra fashion* sedangkan Addictea bergerak di bidang FnB dengan produknya *artisan tea*. Bagi pengunjung yang ingin hadir ke The Local Market di Kota Peruri dapat masuk melalui M Bloc Space.

“Bertahun-tahun mengkampanyekan produk lokal Indonesia, kami tidak henti mengatakan bahwa kelebihan produk lokal ada pada cerita dan proses terjadinya produk hingga terciptanya sebuah

jenama yang akhirnya menciptakan sebuah kualitas. Harapannya masyarakat menjadi paham dan sesama pemilik atau pengrajin bisa saling menginspirasi. Oleh karena itu kami menyadari, konsep bazar produk lokal Indonesia harus lebih diperhatikan, salah satunya menghadirkan langsung sang empunya jenama di lokasi untuk bisa mengedukasi dan bercerita terkait produk mereka. Hal ini juga yang membuat proses kurasi tenan menjadi sangat penting di The Local Market,” ujar Tito.

### **Kolaborasi dengan Peruri Group**

Peruri yang membawa misi perusahaan untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan, kepada bangsa dan negara, sangat mendukung kegiatan-kegiatan positif masyarakat terutama yang bertujuan untuk memajukan jenama lokal dan UMKM. Peruri melalui anak perusahaannya, PT Peruri Properti telah melakukan aktivasi dan pemanfaatan ruang di Kota Peruri, sebuah Kawasan yang mengusung konsep *adaptif reuse* dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat dalam menciptakan nilai-nilai positif mulai dari kegiatan seni hingga pengembangan komunitas. Kota Peruri juga mendorong masyarakat secara luas menerapkan *green lifestyle* yang peduli akan lingkungan guna mendukung pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*).

Acara The Local Market – Spring Edition yang akan dilaksanakan pada akhir pekan di awal Maret 2024 ini merupakan kolaborasi antara Ku Ka Indonesia dengan Peruri, Peruri Properti dan M Bloc Space untuk membuka peluang bagi jenama lokal dan UMKM agar dapat lebih dikenal secara luas, sekaligus mendorong gaya hidup berkelanjutan dengan latar bangunan bersejarah, Kota Peruri.

“Kami senang bisa berkolaborasi dengan Ku Ka Indonesia untuk menyelenggarakan The Local Market–Spring Edition di Kota Peruri. Sebagai BUMN, Peruri mendukung penuh acara ini karena membawa misi untuk memajukan merk lokal, tidak hanya bagi UMKM Binaan Peruri tapi juga bagi UMKM secara keseluruhan. Harapan kami semoga The Local Market dapat meningkatkan perekonomian Indonesia yang berasal dari peningkatan bisnis UMKM. The Local Market juga perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak agar bisa berjalan secara berkelanjutan,” kata Adi Sunardi, Head of Corporate Secretary Peruri.

### **Tentang Ku Ka Indonesia**

Ku Ka merupakan singkatan dari “Aku Suka”. Sebagai marketplace yang khusus untuk memasarkan produk lokal Indonesia, kuka.co.id berkomitmen untuk berkembang bersama produk lokal Indonesia, Ku Ka wujudkan dalam bentuk online dan offline. Ku Ka berkolaborasi dengan desainer dan pengusaha lokal untuk menampilkan produk mereka ke pasar lokal dan global. Grup Ku Ka terdiri dari pasar lokal online, dan bazar offline. Menyadari kepercayaan terhadap produk lokal Indonesia perlu dibangun dengan membiarkan target pasar menyentuh dan melihat setiap keindahan dan kualitas produk, maka Ku Ka menginisiasi beberapa kegiatan offline baik di dalam ataupun luar negeri.

-000-

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

### **Ku Ka Indonesia / The Local Market**

Rilia Marina, Communication Specialist (08170830434)

[thelocalmarketid@gmail.com](mailto:thelocalmarketid@gmail.com) / [www.thelocalmarket.id](http://www.thelocalmarket.id) / [www.kuka.co.id](http://www.kuka.co.id) /

Instagram @thelocalmarket.id atau @kuka\_akusuka

**Peruri**

1. Adi Sunardi, Head of Corporate Secretary (021-7395000 ext 1120)
2. Ratih Sukma Pratiwi, Kepala Biro Strategic Corporate Branding & TJSL (082112694448)