

**UPAYA INTERNASIONALISASI PRODUK USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH JAWA TIMUR OLEH *EXPORT CENTER*
SURABAYA MENEMBUS PASAR EKSPOR PADA TAHUN 2022**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk memenuhi salah satu persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam
bidang Hubungan Internasional**



Disusun oleh:

Chilyatun Nafis

NIM I02219009

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
JULI 2023**

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Chilyatun Nafis

NIM : I02219009

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Upaya Internasionalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah
Jawa Timur oleh *Export Center Surabaya* Menembus Pasar Ekspor
pada tahun 2022.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada Lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademi manapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 20 Juni 2023

Yang menyatakan



Chilyatun Nafis

Nim: I02219009

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Chilyatun Nafis

NIM : I02219009

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul “Upaya Internasionalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur oleh *Export Center Surabaya* dalam menembus Pasar Ekspor Pada Tahun 2022”, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah di perbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 19 Juni 2023

Yang menyatakan



Zaky Ismail M.S.I.

NIP: 1982123020110110007

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Chilyatun Nafis dengan Judul “Upaya Internasionalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur oleh *Export Center Surabaya Menembus Pasar Ekspor pada Tahun 2022*”. Telah dipertahankan dan dinyatakan Lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 12 Juli 2023


TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Zaky Ismail, M.Si.
NIP 198212302011110007

Penguji II



Muhammad Qobidl 'Ainul Arif, S.I.P., M.A., CIQnR.
NIP 198408232015031002

Penguji III



Nur Luthfi Hidayatullah, S.I.P., M.Hub.Int.
NIP 199104092020121012

Penguji IV



Dr. Slamet Muliono Redjosari, M.Si.
NIP 196811291996031003

Surabaya, 12 Juli 2023

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag
NIP 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : CHILYATUN NAFIS
NIM : 102219009
Fakultas/Jurusan : FISIP/HUBUNGAN INTERNASIONAL
E-mail address : chilyatunnafis@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

UPAYA INTERNASIONALISASI PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH JAWA
TIMUR OLEH EXPORT CENTER SURABAYA MENEMBUS PASAR EKSPOR PADA
TAHUN 2022

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juli 2023

Penulis



(CHILYATUN NAFIS)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Chilyatun Nafis, 2023, “*Efforts to Internationalize East Java Micro, Small and Medium Enterprises Products by Export Center Surabaya to Penetrate the Export Market in 2022*” Undergraduate Thesis Departement of International Relations Faculty of Social and Political Science State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya.

This study describes the efforts of the Surabaya Export Center in helping Micro, Small and Medium Enterprises penetrate the export market in 2022. Researchers use a qualitative approach with a descriptive type, through interviews and online search data collection techniques. The data analysis technique used is an interactive model qualitative data analysis technique according to Miles & Huberman. This study found that there were three internationalization efforts carried out by the Surabaya Export Center in order to internationalize East Java MSME products using the concepts of Adaptation, Aggregation and Arbitration. Through Operational Adaptation by adjusting export market demand, Aggregation connects MSMEs with export market demand and Arbitrage tracks export markets that have the potential to generate profits.

Keyword: *Export Center Surabaya, East Java UMKM, Export, Internationalization, Adaptation, Aggregation, Arbitration.*

ABSTRAK

Chilyatun Nafis, 2023, “*Upaya Internasionalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur Oleh Export Center Surabaya Menembus Pasar Ekspor Pada Tahun 2022*” Skripsi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

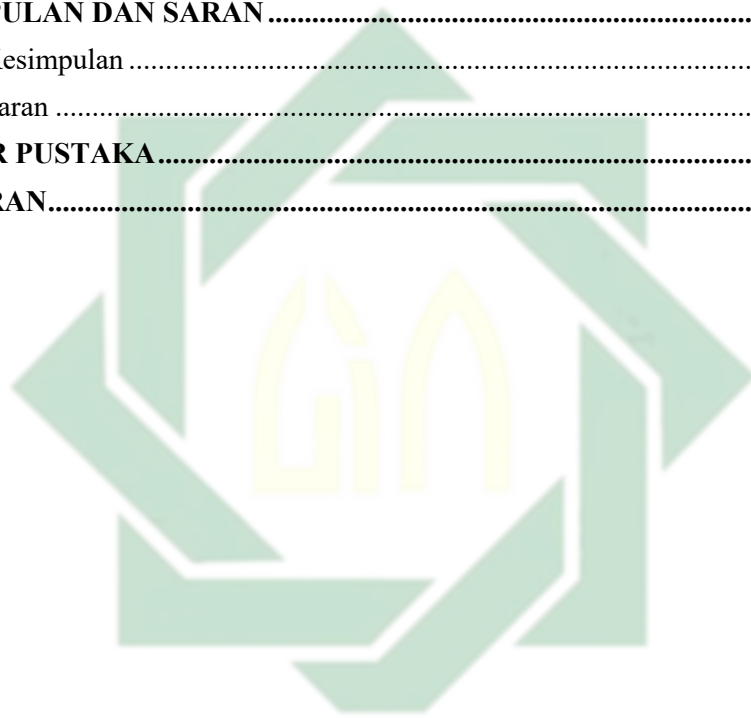
Penelitian ini mendeskripsikan upaya *Export Center Surabaya* dalam membantu Usaha Mikro Kecil Menengah menembus pasar ekspor pada tahun 2022. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, melalui teknik pengambilan data wawancara dan penelusuran secara *online*. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif model interaktif menurut Miles & Huberman. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat tiga upaya Internasionalisasi yang dilakukan oleh *Export Center Surabaya* dalam rangka melakukan Internasionalisasi produk UMKM Jawa Timur menggunakan konsep Adaptasi, Agregasi dan Arbitase. Melalui Operasionalisasi Adaptasi dengan menyesuaikan permintaan pasar ekspor, Agregasi menghubungkan antara UMKM dengan permintaan pasar ekspor dan Arbitase melacak pasar ekspor yang berpotensi mendatangkan keuntungan.

Kata Kunci: *Export Center Surabaya, Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur, Internasionalisasi, Adaptasi, Agregasi, Arbitase*

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Argumentasi Utama	20
G. Sistematika Penulisan	20
BAB II	23
LANDASAN KONSEPTUAL.....	23
A. Definisi Upaya	23
B. Export Center Surabaya.....	27
C. Konsep Internasionalisasi	32
D. Konsep Adaptasi, Agregasi, Arbitrase (AAA)	36
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
C. Level Analisis Data.....	45
D. Tahap Penelitian.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Analisa Data	52
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	53
BAB IV.....	59

HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Kondisi UMKM Jawa Timur Sebelum Binaan Export Center Surabaya	59
B. Keberhasilan UMKM Jawa Timur Menembus Pasar Ekspor Melalui Center Surabaya.....	61
C. Program Export Center Surabaya untuk Ekspor UMKM Jawa Timur	65
D. Peran ECS dalam Mendampingi UMKM Jawa Timur Menembus Pasar Ekspor	73
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	102



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Export Center Surabaya	28
Gambar 2. 2 Kantor Export Center Surabaya (Tampak Dalam).....	30
Gambar 2. 3 Konsep Internasionalisasi.....	36
Gambar 4. 1 Alur Layanan Sosialisasi ECS.....	68
Gambar 4. 2 Alur Layanan Konsultasi ECS	70
Gambar 4. 3 Alur Layanan Advokasi ECS	73
Gambar 4. 4 Pelepasan Ekspor Perdana CV Indigo Sejahtera.....	77
Gambar 4. 5 Pelepasan Ekspor Perdana PT Dadi Berkah Berjaya	78
Gambar 4. 6 Pelepasan Ekspor PT Mitra Mulia Makmur.....	80
Gambar 4. 7 Pelepasan Ekspor Perdana Tropi Loka Exportindo.....	82
Gambar 4. 8 Pelepasan Ekspor Perdana Omaku	84
Gambar 4. 9 Business Matching ECS	85
Gambar 4. 10 Pertemuan ECS dengan Tiongkok dalam rangka Business Matching	86
Gambar 4. 11 Produk Ekspor Maharani Abadi.....	88
Gambar 4. 12 Pelepasan Ekspor Perdana Koperasi Produsen Energi Biomassa Indonesia	89
Gambar 4. 13 Pelepasan Ekspor Perdana Pareto Estu Guna.....	91
Gambar 4. 14 Ekspor Negara Tujuan Baru CMN Internasional.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Daftar Ekspor UMKM Jawa Timur	63
--	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu faktor penunjang perekonomian di Indonesia berasal dari kontribusi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sektor ini mengelola berbagai bidang mulai dari pangan, pakaian dan jasa. Peran UMKM dalam membantu membangkitkan kesejahteraan masyarakat ditunjukkan melalui penyerapan tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran serta meningkatkan perekonomian Indonesia. Fungsi dari UMKM ini dapat menjadi perekat masyarakat. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam artikel yang mengutip pendapat Rudjito bahwa Pengertian UMKM adalah usaha yang memiliki peranan dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.²

Status UMKM sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan 96,9% terhadap penyerapan tenaga kerja membuat UMKM harus tetap berjalan dalam situasi apapun, termasuk ketika pandemi Covid-19 merebak di seluruh dunia. Data dari Program Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP) dan Lembaga Penyelidikan Ekonomi Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI) menyatakan bahwa pandemi mengakibatkan 48% UMKM mengalami masalah perihal bahan baku, 77%

²“UMKM,”Rejosari.semarangkota.go.id, accessed Novmber 4, 2022, <https://rejosari.semarangkota.go.id/umkm#:~:text=Menurut Rudjito%2C pengertian UMKM adalah,maupundari sisi jumlah usahanya.>

UMKM mengalami masalah penurunan pendapatan, 88% UMKM mengalami masalah penurunan permintaan produk, dan 97% UMKM mengalami masalah penurunan nilai aset.³ Dari berbagai permasalahan di atas yang dihadapi oleh UMKM, pada kenyataannya UMKM dapat tetap berdiri dan bahkan menjadi pihak yang mengalami pertumbuhan terlebih dahulu ketika perekonomian pasca pandemi membaik. Hal ini membuktikan bahwa UMKM memiliki kekuatan.

Di Indonesia, persebaran UMKM merata hampir di seluruh wilayah baik pada tingkat provinsi, kabupaten dan kota hingga kecamatan bahkan keseluruhan. Salah satu wilayah yang memiliki cukup banyak UMKM adalah Provinsi Jawa Timur bahkan termasuk dalam posisi tiga besar jumlah UMKM di Indonesia sejak tahun 2010 hingga 2022. Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah masing-masing berada pada posisi pertama dan kedua jumlah UMKM terbanyak di Indonesia. Untuk jumlah UMKM yang ada di Jawa Timur menurut data laporan dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur adalah sejumlah 1.153.576 UMKM. Dari total jumlah tersebut Kabupaten Malang menyumbang jumlah UMKM paling banyak yakni mencapai angka 100.627 UMKM.⁴ Dari total jumlah UMKM yang ada di Jawa Timur tersebut, beberapa UMKM di Provinsi Jawa Timur sudah

³ “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia,” accessed February 13, 2023, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>.

⁴ “Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM),” accessed February 13, 2023, https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/statistik.

melakukan ekspor ke berbagai negara seperti Filipina, Turki, Kanada, Jepang, dan Arab Saudi.

Sebagai gambaran terkait aktivitas ekspor UMKM Jawa Timur, Arab Saudi yang merupakan salah satu negara tujuan ekspor memiliki hubungan yang sudah terjalin baik dengan UMKM Jawa Timur. Menurut basis data UN Comtrade, yang merupakan lembaga di bawah naungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang bertugas mengumpulkan data berupa statistik perdagangan tahunan dan bulanan secara detail antar negara menyebutkan bahwa pada tahun 2021 neraca perdagangan antara Indonesia dan Arab Saudi senilai USD 5,5 miliar atau tumbuh sekitar 40,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, nilai ekspor barang Indonesia ke Arab Saudi senilai USD 1,58 miliar atau tumbuh sekitar 18,28%.⁵

Data tersebut menunjukkan bahwa nilai transaksi perdagangan antara Indonesia dan Arab Saudi cukup menjanjikan bagi kedua negara. Terdapat barang dari Indonesia yang diekspor ke Arab Saudi juga merupakan produk dari UMKM yang ada di Jawa Timur. Salah satu UMKM Jawa Timur yang telah melakukan ekspor ke Arab Saudi adalah CV Indigo Sejahtera Zumami dengan produk utama andalannya yakni Mie Instan yang terbuat dari bahan baku berupa sayur-sayuran. Ekspor ini dilakukan pada tahun 2022, tahun yang mana pemulihan ekonomi nasional sedang berlangsung pasca pandemi Covid-19 yang membuat perekonomian dunia mengalami penurunan.

⁵ United Nations, "UN Comtrade Database," 2022.

Hal yang menarik dari aktivitas ekspor yang dilakukan CV Indigo Sejahtera Zumami ini karena menurut data Export Center Surabaya, komoditas yang memiliki potensi bagus untuk pasar Arab Saudi meliputi kopi yang tidak dipanggang, alas kaki, sol karet dan plastik, tekstil, kendaraan bermotor, kelapa sawit siap pakai, kayu lapis, kayu laminasi, dan panel. Dari berbagai produk tersebut, tidak tercantum Mie Instan Sayur namun justru CV Indigo Sejahtera Zumami melakukan ekspor produk tersebut ke Arab Saudi sejumlah satu kontainer berukuran 40 kaki atau setara dengan USD 20 ribu atau 309.906.000 rupiah, ini baru tahap pertama karena akan ada tahap selanjutnya karena pesanan dari Arab Saudi mencapai 8 kontainer.⁶

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ekspor yang dilakukan ini merupakan pemasukan yang luar biasa untuk UMKM. Padahal Mie Instan sayur tidak dianggap potensial awalnya. Keberhasilan ekspor yang dilakukan oleh beberapa UMKM Jawa Timur ini tidak dapat dipisahkan dari upaya yang dilakukan oleh *Export Center Surabaya* (ECS) dalam mendampingi. ECS berada di bawah naungan Ditjen pengembangan Ekspor Nasional dan Kementerian Perdagangan. Ruang lingkup wilayah kerja ECS meliputi Provinsi Jawa Timur, Bali, NTB, NTT dan seluruh provinsi di pulau Kalimantan. ECS memberikan layanan *one stop service* berupa

⁶ “Bupati Sidoarjo Lepas Ekspor Hasil Makanan Olahan UMKM Produk CV Indigo Sejahtera Lebo Ke Jeddah Dan Arab Saudi,” accessed February 13, 2023, <https://republikjatim.com/baca/bupati-sidoarjo-lepas-ekspor-hasil-makanan-olahan-umkm-produk-cv-indigo-sejahtera-lebo-ke-jeddah-dan-arab-saudi>.

konsultasi kepada para pelaku usaha baik yang belum memiliki usaha, pemula maupun sudah menjalankan usaha. Fungsi tugas dari ECS tersebut menjadi sangat penting dan berarti untuk UMKM karena dapat membantu proses pemulihan ekonomi pasca pandemi melalui ekspor. Dengan ekspor, pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM menjadi lebih besar jika dibandingkan dengan pendapatan dari pasar domestik.

Export Center Surabaya berupaya untuk mendorong kegiatan ekspor ke negara-negara tujuan meningkat. Untuk mewujudkan hal tersebut ECS melakukan pendampingan internasionalisasi produk UMKM untuk memenuhi standar yang diinginkan negara tujuan ekspor serta memberikan konsultasi bagi mereka. Selain itu dalam mendukung dan memfasilitasi UMKM, ECS dengan afirmasi kebijakannya memberikan kemudahan untuk meningkatkan kompetensi dan level usahanya dalam kegiatan ekspornya melalui peluang kemitraan.⁷

Berdasarkan dari data *Export Center Surabaya*, tertulis USD 46 Juta lebih potensi dan hasil transaksi ekspor yang dilakukan oleh UMKM Jawa Timur dengan mengoptimalkan fasilitas dari ECS dengan berbagai variasi produknya sejak periode Maret-Juli 2021. Variasi produk tersebut yaitu kopi, aneka makanan olahan, teh, rempah-rempah, perhiasan, hingga furnitur. Adapun pasar internasional yang menjadi negara tujuan ekspornya meliputi Jepang, Korea Selatan, Laos, Amerika Serikat, Hongkong,

⁷ Kemendag RI, s "Pembukaan Sosialisasi Export Center Surabaya" accessed February 13, 2023, <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/pembukaan-sosialisasi-export-center-surabaya>

Tiongkok, Mesir, Singapura, Prancis, Taiwan, Yordania hingga Romania.⁸

Selain itu juga terdapat banyak UMKM/pelaku usaha yang berada pada pendampingan ECS telah berhasil menembus pasar ekspor perdana sejak awal terbentuknya ECS. Diantara UMKM/pelaku usaha tersebut yaitu CV Bolu Ketan Mendut dengan produknya keripik brownies berhasil mencapai transaksi sebesar USD 1.000 ke Turki dan Hongkong, PT Dobuya Bumi Nusantara dengan produknya biji kopi berhasil mencapai transaksi sebesar USD 20 ribu ke Romania dan UKM Nucolapa dengan produknya cocopeat berhasil mencapai transaksi sebesar lebih dari USD 8 ribu ke Jepang, Kemudian ECS juga berhasil melakukan ekspor berkelanjutan oleh UMKM/pelaku usaha naungannya diantaranya yaitu CV Sumber Sari berhasil transaksi ekspor produk cocopeat & cocofiber sebesar USD 21 ribu dan PT Integra Indocabinet berhasil transaksi ekspor produknya sebesar lebih dari USD 7 juta.⁹

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa ECS memainkan peranan penting dalam mendampingi UMKM di wilayah Jawa Timur untuk menembus ekspor. Terlebih, dalam situasi pandemi Covid-19 membuat banyak UMKM di wilayah Jawa Timur terkena dampaknya seperti penurunan volume produksi akibat penurunan permintaan pasar hingga kehilangan pelanggan sehingga secara pendapatan mengalami kemerosotan

⁸ Kemendag RI, Siaran Pers "Export Center Surabaya, Upaya Pemerintah Perkuat UKM Jawa Timur Tembus Pasar Global" accessed February 13, 2023, <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/export-center-surabaya-upaya-pemerintah-perkuat-ukm-jawa-timur-tembus-pasar-global>.

⁹ Ibid

yang cukup tajam.¹⁰ Jika hanya mengandalkan pasar domestik, maka kondisi menuju pemulihan akan lebih sulit. Sementara jika bertumpu pada pasar ekspor, maka pendapatan yang didapat oleh UMKM di wilayah Jawa Timur akan lebih banyak dan hal tersebut mempercepat proses pemulihan karena dampak pandemi.

Sejak di tengah pandemi berlangsung hingga sekarang, para pelaku UMKM Jawa Timur tetap di dorong oleh Kementerian Perdagangan untuk memasuki pasar internasional melalui ECS. Kehadiran ECS di tengah situasi yang dihadapi UMKM di Jawa Timur tersebut benar-benar menjadi solusi yang diperlukan UMKM untuk dapat bangkit dan bahkan melakukan terobosan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya yakni menembus pasar ekspor. Kolaborasi aktif antara ECS dan UMKM di wilayah Jawa Timur ini pada skala yang lebih besar tentu dapat berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi wilayah Jawa Timur. Selain itu, ECS yang dalam proses pendampingannya benar-benar sampai membuat UMKM berhasil menembus pasar ekspor bukan merupakan hal yang mudah. Banyak penyesuaian yang perlu dilakukan ECS terhadap UMKM di wilayah Jawa Timur, banyak standard yang perlu diterapkan oleh ECS, dan banyak mitra luar negeri yang perlu dieksplorasi lalu dipasangkan dengan berbagai UMKM di wilayah Jawa Timur agar proses ekspor bisa berjalan dan saling

¹⁰ Aisyah Aminy and Kartika Fithriasari, "Analisis Dampak Covid-19 Bagi UMKM di Jawa Timur," *Seminar Nasional Official Statistics 2020*, 2021, 15–22, <https://doi.org/https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.646>.

menguntungkan satu sama lain.

Tercapainya kegiatan ekspor menjadi hal yang diinginkan oleh para UMKM. Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena apabila UMKM memiliki hambatan untuk melakukan ekspor maka akan mempengaruhi devisa negara yang mengakibatkan perekonomian menjadi lemah. Oleh karena itu peranan dari ECS sangat penting untuk dibagikan pada UMKM guna kesejahteraan perekonomian yang lebih baik. Selain itu, UMKM akan merasakan bagaimana penjualan yang dilakukan diluar negeri. Adanya keterbatasan data penelitian terdahulu membuat kajian lebih lanjut tentang peran dari Export Center Surabaya. Penelitian ini akan melihat bagaimana peran Export Center Surabaya dalam membantu UMKM Jawa Timur menembus pasar ekspor sepanjang tahun 2022 sehingga hasil penelitian akan memberikan wawasan mengenai ekspor.

Atas fakta yang demikian, maka penelitian ini akan berfokus pada bagaimana upaya yang dilakukan ECS dalam internasionalisasi produk UMKM yang ada di Wilayah Jawa Timur hingga dapat menembus pasar ekspor sepanjang tahun 2022. Wilayah Jawa Timur dipilih karena banyak UMKM yang berhasil menembus pasar ekspor atas peran pendampingan dari ECS. Kemudian tahun 2022 dipilih karena merupakan tahun pemulihan ekonomi nasional dan juga momentum beberapa UMKM di Jawa Timur menembus pasar ekspor untuk pertama kalinya berkat strategi pendampingan yang diterapkan oleh ECS.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang dalam melakukan penelitian diatas, maka fokus penelitian yang akan dikaji yaitu:

“Bagaimana Upaya Export Center Surabaya dalam mendampingi Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur Menembus Pasar Ekspor pada tahun 2022?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Fokus penelitian di atas, yang menjadi fokus peneliti yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui upaya seperti apa yang dijalankan oleh *Export Center Surabaya* dalam internasionalisasi produk UMKM yang ada di Jawa Timur hingga dapat menembus pasar ekspor pada tahun 2022.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat dalam bidang akademis dan juga manfaat praktis, yaitu sebagaimana berikut:

1. Manfaat Akademis

Dapat menambah pengetahuan mengenai perencanaan dalam pengembangan khususnya tentang Bisnis Internasional dan memberikan pengayaan pada teori-teori serta wawasan tentang ekspansi bisnis melalui kegiatan ekspor yang dapat di pelajari pada prodi Hubungan Internasional sehingga kedepannya dapat dimanfaatkan sebagai

referensi ataupun rujukan bagi peneliti lainnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan penjelasan mengenai bagaimana strategi internasionalisasi yang dilakukan oleh *Export Center Surabaya* dalam mendampingi pelaku UMKM di Jawa Timur hingga dapat menembus pasar ekspor. Oleh sebab itu, melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan masukan guna membantu praktik dari UMKM dalam menembus pasar ekspor.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan dengan penelitian terdahulu mengenai tentang peran ECS dalam mendampingi UMKM di Jawa Timur dalam menembus pasar ekspor serta untuk melengkapi pandangan dan landasan ilmiah dari penelitian ini maka peneliti melakukan perbandingan topik penelitian yang telah ada sebelumnya dengan penelitian ini, antara lain;

Penelitian pertama dalam artikel jurnal dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Umkm Dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus Umkm *The Bloom Andaliman Artisan Tea*).” Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran bagi UMKM *The Bloom Andaliman Artisan Tea* dalam memasuki pasar global. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan tipe pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM *The Bloom Andaliman Artisan Tea* memanfaatkan peluang kebutuhan pasar global pada

produk rempah tradisional.¹¹

Adapun unsur persamaanya adalah penggunaan metode pengelolaan data yang sama metode penelitian kualitatif dengan tipe pendekatan deskriptif. Adapun unsur pembeda adalah peneliti menggunakan tujuan penelitian yang berbeda yakni pada *Export Center Surabaya* dalam kajian UMKM.

Penelitian kedua dengan judul “Analisis Strategi Ekspansi Pemasaran Global Dalam Kebijakan Produk.” Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengkaji berbagai tahapan pengembangan pemasaran global atau rencana ekspansi dalam kebijakan produk global. Dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif, yang menggunakan hasil data dari berbagai sumber referensi dapat menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian ini disebutkan terdapat lima taktik untuk memperluas pemasaran global: perluasan komunikasi produk, perluasan adaptasi komunikasi produk, adaptasi produk, banyak adaptasi, dan tujuan produk.¹²

Adapun unsur persamaanya adalah, penelitian ini membahas mengenai ekspansi pemasaran global dalam kebijakan produk. Adapun unsur pembeda peneliti sebelumnya menggunakan lima taktik untuk memperluas pemasaran global: perluasan komunikasi produk, perluasan adaptasi komunikasi produk, adaptasi produk, banyak adaptasi, dan tujuan

¹¹ Suhairi dkk, “Nalisis Strategi Pemasaran Umkm Dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus Umkm The Bloom Andaliman Artisan Tea)” 2, no. 1 (2023): 10–19.

¹² Maulidya M, “Analisis Strategi Ekspansi Pemasaran Global Dalam Kebijakan Produk,” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 1 (2023): 217–27.

produk sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori yang berbeda yakni Konsep Internasionalisasi dan AAA (Adaptasi, Agregasi, Arbitrase) untuk mendeskripsikan penelitian,

Penelitian ketiga dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Indomie (PT. Indofood Sukses Makmur) Dalam Pasar Internasional.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi perusahaan menguasai pasar internasional. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penyelidikan ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial alamiahnya melalui proses interaksi komunikatif yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Dari hasil penelitian tersebut, Indomie merupakan merek mi instan PT Indofood Sukses Makmur Tbk di Indonesia dan menjadi produsen mi instan terbesar di dunia dengan 16 pabrik yang memproduksi 15 miliar bungkus Indomie setiap tahunnya menerapkan inovasi berkelanjutan yaitu pembangunan pabrik di luar negeri, strategi produk, pemeliharaan kualitas, strategi penetapan harga, strategi distribusi, strategi promosi, hubungan pelanggan (*consumer relationship building strategy*).¹³

Adapun unsur persamaanya adalah strategi perusahaan yang menguasai pasar internasional, namun unsur perbedaanya terletak pada pengolahan data konteks sosial alamiahnya yakni penelitian sebelumnya menggunakan data sekunder dalam mengolah datanya, namun penelitian ini

¹³ Suhairi, “Strategi Pemasaran Produk Indomie (Pt Indofood Sukses Makmur) Dalam Pasar Internasional,” *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 1, no. 1 (2022): 42–135.

menggunakan data primer dan sekunder dalam mengolah datanya.

Penelitian keempat yang berjudul “Analisis Strategi Ekspansi PT Adaro Energy Tbk Pada Negara India.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi ekspansi PT Adaro Energy TBK ke India. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini membahas lingkungan politik dan hukum yang baik dapat mendukung laju dunia usaha dalam melakukan ekspansi ke pasar internasional. Adapun strategi yang digunakan untuk masuk pasar ekspor yang paling tepat adalah dengan melakukan manajemen risiko, meningkatkan manajemen yang lebih produktif, dan juga sedikit menurunkan biaya operasional sehingga dapat mencapai keunggulan kompetitif untuk bersaing di pasar ekspor.¹⁴

Adapun unsur persamaannya yakni peneliti menggunakan metode penelitian yang sama yakni kualitatif deskriptif dalam pengolahan datanya. Namun, unsur pembedanya adalah peneliti menggunakan subjek penelitian yang berbeda yakni *Export Center Surabaya* sebagai sasaran utama dalam penelitian.

Penelitian kelima dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Internasional dan Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Ekspansi PT. Sat Nusapersada, Tbk ke Negara Thailand.” Tujuan penelitian ini peneliti

¹⁴ G Hasan et al., “Analisis Strategi Ekspansi PT Adaro Energy Tbk Pada Negara India,” *SEIKO: Journal of ...* 5, no. 1 (2022): 532–48, <https://www.journal.sticamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1760>.

menganalisis tentang sistem logistik, distribusi manajemen, kegiatan ekspor impor, perencanaan, organisasi, pengendalian, sistem strategi pemasaran negara berkembang, pengaplikasian komunikasi pemasaran dan internet, konsep integrasi pemasaran komunikasi, perencanaan dan penganggaran dalam bauran komunikasi pemasaran, pengembangan komunikasi pemasaran, dan bentuk regulasi komunikasi pemasaran pada PT. Sat Nusapersada Tbk. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk fakta tertulis dan lisan perilaku yang diamati dan data yang berasal dari artikel jurnal dan buku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang disarankan kepada PT. Sat Nusapersada Tbk. adalah strategi *Bottom Up Planning* (Desentralisasi) dan ketika memasarkan produk/jasa ke negara Thailand menggunakan strategi *inbound*, strategi pemasaran media sosial, dan konten marketing.¹⁵

Adapun unsur persamaannya yakni peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam bentuk fakta tertulis dan lisan, adapun unsur pembedanya terletak dalam subjek yang diteliti yakni *Export Center Surabaya* dalam mengkaji perkembangan UMKM.

Penelitian keenam dengan judul “Strategi Ekspansi PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam.” Tujuan penelitiannya ialah bertujuan melihat ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam.

¹⁵Winson Leon, Renza Fahlevi, and Golan Hasan, “Analisis Strategi Pemasaran Internasional Dan Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Ekspansi PT. Sat Nusapersada, Tbk Ke Negara Thailand,” *Jurnal Mirai Manajemen* 7, no. 1 (2022): 164–72.

Penelitian yang membahas tentang strategi yang diambil oleh sebuah perusahaan asal Indonesia ini, yang telah sukses menggabungkan dua hal penting yaitu Edukasi dan Teknologi, menjadi sebuah kemudahan baru yang akan memudahkan pengguna layanan sebagai pemenuh kebutuhan akan pendidikannya, inovasi yang ditawarkan oleh perusahaan ini bahkan sudah mampu menunjukkan kepiawaiannya dengan lebih dari 22 juta pengguna Ruangguru dan 1 juta pengguna untuk layanannya di Vietnam yaitu Kien Guru. Salah satu ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia yaitu merupakan pembukaan cabang di Negara pertama tujuan ekspansinya yaitu Vietnam dengan nama Kien Guru pada tahun 2019.¹⁶

Adapun unsur persamaannya yakni peneliti menggunakan manfaat teknologi peneliti menggunakan *Business Matching* dalam menganalisis hasil penelitiannya, adapun unsur pembedanya adalah penelitian menggunakan Konsep Internasionalisasi dan AAA (Adaptasi, Agregasi, Arbitrase) sebagai landasan teori dalam proses pengolahan data.

Penelitian ketujuh dengan judul “Analisis Strategi Ekspansi Dalam Pengembangan Bisnis Di Pasar Global (Studi Kasus Pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Akuisisi Thang Long Cement Company Di Vietnam)”. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. dalam melakukan ekspansi ke pasar global, (2) Mengetahui strategi yang diterapkan

¹⁶ Erika Sukma Sari, Hoirun Nisyak, And Indra Tamsyah, “Strategi Ekspansi Pt Ruang Raya Indonesia Di Vietnam” (Sriwijaya University, 2021).

oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. dalam melakukan ekspansi ke pasar global, (3) Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Hasil penelitian ini memberikan fakta bahwa faktor keinginan untuk tumbuh dan berkembang menjadi salah satu faktor utama perusahaan melakukan ekspansi ke pasar global, strategi yang digunakan oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. yaitu strategi akuisisi perusahaan dengan pembelian saham.¹⁷

Adapun persamaannya adalah adanya latar belakang ekspansi bisnis dalam suatu kajian dimana peneliti sebelumnya juga membahas faktor-faktor di dalamnya. Adapun unsur pembedanya yakni penelitian tidak menggunakan analisis SWOT dalam mengukur permasalahan melainkan menggunakan konsep Internasionalisasi dan AAA (Adaptasi, Agregasi, Arbitrase) dengan metode kualitatif pendekatan deskriptif.

Penelitian kedelapan dengan judul “*Empowerment Strategies Of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMEs) To Improve Indonesia Export Performance.*” Tujuan penelitian mengkaji strategi Pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan prestasi Indonesia ekspor penting untuk dilakukan. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa dalam perdagangan internasional salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai ekspor

¹⁷ Elok Lestyani Purboningrum, “Analisis Strategi Ekspansi Dalam Pengembangan Bisnis Di Pasar Global (Studi Kasus Pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Akuisisi Thang Long Cement Company Di Vietnam)” (Universitas Brawijaya, 2018).

adalah dengan meningkatkan pemberdayaan produk Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Strategi yang yang dapat dilakukan UMKM dalam mengatasi perkembangan zaman adalah dengan melakukan pengendalian pasar. Namun, untuk memasuki pasar internasional, UMKM perlu mendapatkan informasi secara mudah dan cepat untuk memperluas jaringan pemasaran UMKM. Penerapan teknologi informasi pada UMKM akan memudahkan dalam memperluas pasar luar negeri.¹⁸

Adapun persamaanya adalah adanya fokus UMKM sebagai objek penelitiannya yang berfokus terhadap perkembangan dan peningkatan nilai ekspor. Perbedaanya terlihat pada subjek penelitian yakni peneliti menganalisis subjek yang berbeda yakni *Export Center Surabaya*.

Penelitian kesembilan yang berjudul “Strategi Meningkatkan Ekspor Produk-produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia: Studi Kasus di Kabupaten Sleman dan Kota Surabaya.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor penyebab rendahnya ekspor produk-produk UMKM, dan upaya-upaya untuk mendorong ekspor produk-produk UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan penyebab dari rendahnya ekspor produk-produk UMKM adalah hambatan eksternal dan hambatan internal. Lalu untuk dapat mendorong terjadinya ekspor penelitian ini menyebutkan beberapa strategi meliputi anjuran bagi UMKM untuk mengurus surat

¹⁸ Muhammad Adi Adrian, “EMPOWERMENT STRATEGIES OF MICRO, SMALL, MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) TO IMPROVE INDONESIA EXPORT PERFORMANCE,” *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 2, no. 4 (2018): 50–60.

keterangan asal, bimbingan teknis terkait manajerial ekspor, meningkatkan pangsa pasar di pasar internasional, mengikuti kegiatan seperti pameran perdagangan di luar negeri, melakukan sertifikasi produk sesuai standard internasional. Penelitian ini juga merekomendasikan beberapa hal bagi pemerintah seperti pelaksanaan pelatihan dan bimbingan tentang manajerial ekspor dan memperbanyak kegiatan promosi ke luar negeri.¹⁹

Adapun persamaanya adalah penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal dalam ekspansi bisnis UMKM. Adapun unsur pembedanya tentang subjek dan tempat penelitian yang berbeda yakni *Export Center Surabaya*.

Penelitian kesepuluh yang berjudul “Strategi Percepatan Ekspor Produk Halal Usaha Kecil dan Menengah Indonesia.” Tujuan dari penelitian ini menyelidiki strategi yang pantas digunakan untuk mendorong dan mempercepat ekspor produk halal. Adapun strategi yang bisa dilakukan adalah dengan penguatan UMKM yang dijalankan melalui empat program yakni: 1. Pembentukan program edukasi untuk usaha mikro. 2. Fasilitas pembiayaan terintegrasi untuk UMKM. 3. Pembangunan database UMKM. 4. Pembentukan program literasi UMKM. Setelah penguatan UMKM, strategi berikutnya yang bisa dilakukan untuk mendorong ekspor adalah dengan sinergi berbagai pihak yang saling terintegrasi oleh setiap pemangku

¹⁹ Rasbin, “Strategi Meningkatkan Ekspor Produk-Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Indonesia: Studi Kasus Di Kabupaten Sleman Dan Kota Surabaya,” *Kajian Menjembatani Teori Dan Persoalan Masyarakat Dalam Rumusan Kebijakan* 24, no. 3 (2019).

kepentingan mulai dari Kementerian Perdagangan, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Keuangan, Kementerian BUMN, Kamar Dagang Industri Indonesia, Bank Indonesia, Kementerian Koperasi & UKM dan Kementerian Agama sebagai penggerak utama, pemerintah daerah, pelaku industri, dan lainnya.²⁰

Adapun persamaanya peneliti sebelumnya membahas mengenai perkembangan bisnis sektor UMKM dalam mewujudkan integritas ekspor, namun unsur pembedanya adalah penelitian ini tidak membahas konsep industri halal dalam pengolahan datanya melainkan konsep internasionalisasi dan AAA (Adaptasi, Agregasi, Arbitrase) dalam menganalisis datanya dengan subjek penelitian yang berbeda yakni *Export Center Surabaya*.

Berdasarkan uraian dari berbagai penelitian terdahulu di atas, menunjukkan adanya beberapa persamaan dan perbedaan yang melatar belakangi skripsi ini. Jika pada berbagai penelitian sebelumnya melihat langsung pada strategi yang dijalankan oleh UMKM atau pelaku usaha lainnya dalam memasuki pasar ekspor, maka skripsi ini menawarkan kebaruan berupa melihat strategi yang dijalankan oleh suatu asosiasi pelaku usaha dalam hal ini *Export Center Surabaya* dalam mendampingi berbagai UMKM hingga dapat menembus pasar ekspor. Artinya UMKM dan Export Center Surabaya memiliki strategi yang dijalankan masing-masing dan

²⁰ KNEKS, "Strategi Percepatan Ekspor Produk Halal Usaha Kecil Dan Menengah Indonesia," Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021.

penelitian ini merujuk pada strategi *Export Center Surabaya* sebagai organisasi yang menaungi berbagai UMKM di Jawa Timur.

F. Argumentasi Utama

Pada sub bab ini penulis berargumentasi untuk menjawab fokus penelitian dalam skripsi ini, menyatakan bahwa upaya yang dijalankan oleh Export Center Surabaya dalam membantu dan mendampingi UMKM di wilayah Jawa Timur menembus pasar ekspor pada tahun 2022. Dengan melakukan internasionalisasi produk UMKM melalui peluang faktor eksternal dan internal serta mengimplementasikan pendekatan Adaptasi dengan menentukan kebutuhan konsumen luar negeri, Agrerasi melakukan tindakan berupa menyamakan antara permintaan konsumen negara ekspor dengan kinerja produsen dan abritase melakukan perbedaan dalam bentuk penetapan margin diwilayah ekspor.

G. Sistematika Penulisan

Pertama, bab 1 sebagai pendahuluan yang merupakan bab dasar serta awal dalam penelitian. Pada bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, argumentasi utama, serta sistematika penelitian. Dalam latar belakang penelitian menjelaskan mengenai alasan peneliti memilih tema penelitian ini, rumusan masalah berisi mengenai pertanyaan penelitian yang ingin peneliti cari jawabanya. Kemudian untuk tinjauan pustaka terdapat studi terdahulu yang peneliti gunakan sebagai referensi serta perbandingan.

Serta argumentasi utama sebagai asumsi sementara yang ada dalam penelitian ini.

Kedua, bab II menjadi landasan konseptual yang akan dijelaskan melalui landasan teori yang diterapkan oleh peneliti untuk menganalisis studi kasus melalui konsep Internasionalisasi dan Adaptasi, Agregasi dan Arbitrase. Kedua Konsep ini menjabarkan mengenai peran dari *Export Center Surabaya* dalam mendampingi UMKM Jawa Timur menembus Pasar Ekspor.

Ketiga, Bab III mengenai metode penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan riset ini. Bagian ini terdapat Jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan tingkat analisa, teknik pengumpulan data, teknik analisa data alur penelitian. Peneliti menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Keempat, bab IV yaitu bagian inti dari penyajian data atau hasil dari penelitian, di dalam bab ini terdapat penyajian hasil analisis data. Adapun hasil dari proses riset yang dilakukan peneliti kemudian kembali disampaikan dalam bab ini untuk menjelaskan lebih detail bagaimana peran *Export Center Surabaya* dalam mendampingi UMKM Jawa Timur menembus Pasar Ekspor pada tahun 2022.

Kelima, bab V berisikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan hasil akhir dari hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Didalam nya terdapat saran yang diharapkan oleh peneliti dapat membantu

penelitian selanjutnya yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Pada bab ini dibagi menjadi 2 bagian yakni, definisi konseptual dan kerangka konseptual. Definisi Konseptual menggunakan Peran dan *Export Center Surabaya* serta konsep Internasionalisasi dan Adaptasi, Agregasi dan Arbitrase digunakan untuk menjelaskan peran dari *Export Center Surabaya* dalam mendampingi UMKM Jawa Timur menembus Pasar Ekspor.

A. Definisi Upaya

Secara umum menurut KBBI definisi upaya adalah usaha kegiatan yang mengarahkan tenaga, pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Upaya juga berarti usaha, akal, ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan mencari jalan keluar.²¹ Upaya adalah bagian dari peranan yang harus dilakukan oleh seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Upaya dapat dipahami sebagai suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan baik oleh individu, organisasi atau lembaga. Dalam konteks individu, upaya dapat dimaknai sebagai peranan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara dalam konteks organisasi atau lembaga upaya dapat didefinisikan sebagai usaha terencana yang dilakukan di tingkat organisasi untuk meningkatkan efektivitas dan/atau memungkinkan organisasi untuk mencapai sasaran strategisnya.²² Jika seseorang atau

²¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi 4 (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).

²² Jessica Mackenzie & rabecca Gordon, *Studi Pengembangan Organisasi* (Jakarta: Australi aid, 2016).

organisasi melaksanakan bagian dari tugas utamanya sesuai dengan jabatan atau kedudukannya maka dapat dikatakan telah berupaya melakukan dengan baik.²³

Menurut Torsina, upaya adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.²⁴ Menurut Sriyanto upaya adalah usaha untuk mencapai sesuatu. Sedangkan berdasarkan Kamus Etimologi, kata upaya memiliki arti yaitu yang didekati atau pendekatan untuk mencapai suatu tujuan.²⁵ Upaya juga dapat dipahami sebagai suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran.²⁶

Definisi upaya juga dapat digunakan untuk menjelaskan penerapan usaha atau cara untuk menyampaikan, menaikkan, meningkatkan, memperhebat, mengembangkan, mempertinggi atau mengangkat suatu maksud.²⁷ Upaya bersifat mengusahakan terhadap sesuatu hal supaya dapat lebih berdaya guna dan berhasil guna sesuai dengan maksud, tujuan dan fungsi serta manfaat suatu hal tersebut dilaksanakan. Berbagai pihak baik individu maupun organisasi digambarkan dapat menjalankan berbagai

²³ Soerjono Soekanto, *Elit Pribumi Bengkulu* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990).

²⁴ Torsina M, *Usaha Restoran Yang Sukses* (Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer, 2000)

²⁵ Muhammad Ngajenan, *Kamus Etimologi Bahasa Indonesia* (Semarang: Dahara Prizze,1990) hal 78

²⁶ Olivier Massin, "Towards a definition of efforts," *Motivation Science* 3, no 3 2017):230-259

²⁷ Utami Munandar, *Kreativitas dan Kebakatan* (Jakarta:Grasindo Pustaka Utama, 1995), Hal 5

upaya dengan mengarahkan perilaku dan membentuk identitas yang bersifat unik dalam konteks tertentu.²⁸

Individu, organisasi ataupun lembaga memiliki pengaruh terhadap kemunculan perspektif baru terkait pencapaian tujuan melalui pelaksanaan upaya sebagai suatu bagian yang dijalankan secara bersama-sama oleh keseluruhan baik individu ataupun struktur organisasi dalam konteks tertentu.²⁹ Upaya sangat berkaitan erat dengan penggunaan sarana dan prasarana dalam menunjang suatu aktivitas, agar berhasil maka digunakanlah suatu cara, metode dan alat penunjang yang lain. Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa definisi dari upaya adalah suatu kegiatan atau usaha dengan menggunakan segala kekuatan yang ada dalam mencapai suatu tujuan tertentu khususnya berkaitan dengan adanya peningkatan atau perkembangan.

Dalam hubungan internasional, pelaksanaan upaya atau kegiatan untuk mencapai suatu tujuan menjadi salah satu yang utama. Upaya merujuk pada aktivitas kehidupan sehari-hari aktor yang dijalankan untuk mencapai suatu maksud yang lebih baik di mana maksud atau tujuan yang akan dicapai menuntut tindakan-tindakan tertentu.³⁰ Tindakan yang dilakukan ini

²⁸ Karen D Lincoln et.al, "Social Support, Traumatic Events, and Depressive Symptoms Among African Americans," *Journal Of Marriage and Family* 67, no. 3 (2005): 66–754.

²⁹ Indah Anisykurlillah, Agus Wahyudin, dan Kustiani, "Pengaruh Role Stressor Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Kantor Akuntan Publik (KAP) Di Jawa Tengah," *Jurnal Dinamika Akuntansi* 5, no. 2 (2013): 110.

³⁰ James Steele, "What is (perception of) effort? Objective and subjective effort during attempted task performance," *PsyArxiv* 4, (2021): 1-49.

akan memanfaatkan peluang yang tersedia untuk berkembang mulai dari akses global, peningkatan volume informasi yang dapat digunakan untuk memposisikan strategi dalam berbagai usaha.³¹ Dalam hubungan internasional tidak hanya berlaku pada negara tetapi juga berlaku pada aktor non negara. Dan aktor non negara yang dimaksud biasanya cenderung pada individu pembuat keputusan.³²

Konsep upaya dalam hubungan internasional menyajikan alat konseptual untuk mengembangkan ekspektasi yang dapat dievaluasi secara empiris. Konsep upaya penggunaannya dalam hubungan internasional memahami bahwa upaya merupakan bagian dari peranan yang harus dilakukan oleh seseorang dalam mencapai tujuan tertentu yang mengarah pada persoalan kebijakan luar negeri. Meskipun kapabilitas materi tidak relevan, namun mereka memiliki makna melalui persepsi pembuat keputusan, yang membawa bias dan gagasan tersendiri dalam membentuk kebijakan luar negeri. Konsep upaya melakukan peningkatan memungkinkan para sarjana untuk memodelkan faktor-faktor ideasional bersama dengan faktor-faktor materi.³³

Berdasarkan upaya yang dinyatakan oleh Torsina di mana berorientasi pada usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu pihak untuk

³¹ David Bau, Bolei Zhou, Aditya Khosla, Aude Oliva, Antonio Torralba, "Network Dissection: Quantifying Interpretability of Deep Visual Representation Seminar Report," 2017. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1704.05796>

³² Ralph G. Carter dan James M. Scott, *Choosing to Lead: Understanding Congressional Foreign Policy Entrepreneurs* (Duke University Press, 2009).

³³ Marijke Breuning, *Role Theory in Politics and International Relations*.

mencapai tujuan tertentu. Hal tersebut dikarenakan *Export Center Surabaya* hadir sebagai suatu organisasi yang membawa perubahan terhadap perekonomian melalui Usaha Mikro Kecil Menengah.

B. Export Center Surabaya

Export Center Surabaya (ECS) muncul sebagai hasil dari kerja sama yang terjalin antara Kementerian Perdagangan dalam hal ini Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur dan berorientasi pada pelayanan publik. Adapun publik yang dimaksud adalah pelaku UMKM di wilayah Jawa Timur, walaupun tidak terbatas bagi pelaku UMKM di provinsi selain Jawa Timur. Penamaan *Export Center Surabaya* mengandung unsur Surabaya karena ECS berkedudukan di Kota Surabaya. Dalam beroperasi, ECS menggandeng beberapa institusi pendidikan tinggi yang ada di Indonesia seperti Universitas Indonesia, Universitas Padjajaran, Universitas Diponegoro, Universitas Hasanuddin, dan Universitas Airlangga dengan tujuan agar dapat menjangkau lebih banyak dan lebih luas pelaku UMKM.³⁴

³⁴ ECS, "Selayang Pandang Tentang Export Center Surabaya," Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor, n.d.



Gambar 2. 1 Logo Export Center Surabaya

Sumber: <https://exportcentersurabaya.org/>

Kiprah ECS diawali dari FTA Center yang berpusat di Jakarta yang kemudian melakukan ekspansi ke Surabaya dan membentuk FTA Center Surabaya. FTA Center sendiri merupakan layanan publik yang dibentuk oleh Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional (Ditjen PPI) di bawah arahan Kementerian Perdagangan. Latar belakang berdirinya FTA Center dimulai sejak Indonesia secara resmi berkomitmen pada kesepakatan perdagangan bebas dan ingin memanfaatkan arus perdagangan bebas semaksimal mungkin agar komoditas Indonesia bisa berkompetisi dan lebih mudah dipasarkan di berbagai negara yang memiliki kesepakatan perdagangan bebas dengan Indonesia.

Sebagai sebuah instansi pemerintah yang berorientasi pada pelayanan publik, ECS berpedoman pada visi dan misi tertentu. Adapun visi dari ECS terdiri dari tiga hal utama yakni:³⁵

³⁵ Ibid.

- 1) Duta FTA (*Free Trade Agreement*/Kesepakatan Perdagangan Bebas) bagi masyarakat Indonesia
- 2) Pusat sosialisasi FTA (*Free Trade Agreement*/Kesepakatan Perdagangan Bebas) di Indonesia
- 3) Pendampingan pemanfaatan FTA (*Free Trade Agreement*/Kesepakatan Perdagangan Bebas) oleh masyarakat Indonesia

Guna mewujudkan ketiga visi yang diusung oleh ECS tersebut, ECS merumuskan beberapa misi utama yang terdiri dari beberapa poin sebagai berikut.³⁶

- 1) Membentuk kesepahaman mengenai pentingnya FTA (*Free Trade Agreement*/ Kesepakatan Perdagangan Bebas) bagi perekonomian Indonesia
- 2) Menjelaskan dampak dari FTA (*Free Trade Agreement*/ Kesepakatan Perdagangan Bebas) bagi Indonesia
- 3) Menyediakan materi sosialisasi FTA (*Free Trade Agreement*/ Kesepakatan Perdagangan Bebas) yang dapat menjadikan rujukan bagi setiap kegiatan sosialisasi FTA (*Free Trade Agreement*/ Kesepakatan Perdagangan Bebas) di Indonesia
- 4) Merespon pertanyaan masyarakat terkait FTA (*Free Trade Agreement*/ Kesepakatan Perdagangan Bebas)

³⁶ ECS, “Selayang Pandang Tentang Export Center Surabaya.”

- 5) Menyediakan kegiatan pendampingan atau bimbingan bagi peningkatan kapasitas masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan FTA (*Free Trade Agreement/ Kesepakatan Perdagangan Bebas*).



Gambar 2. 2 Kantor Export Center Surabaya (Tampak Dalam)
Sumber: Diambil langsung saat penelitian lapangan

Dalam menjalankan aktivitasnya, ECS didukung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam bentuk pemberian fasilitas kantor yang beralamat di Jalan Kedung Doro No. 86-90, Sawahan, Kec. Sawahan, Surabaya, Jawa Timur. Kegiatan yang dijalankan oleh kantor ECS yang ada di Surabaya untuk mendukung pelaku UMKM Jawa Timur ini meliputi tiga

hal:

1) Panduan Ekspor

Ekspor kerap kali bermula dari adanya penawaran yang datang dari pihak lalu diikuti oleh persetujuan dari pihak lain. Pertemuan dua belah pihak ini lantas membutuhkan suatu pedoman agar transaksi ekspor dapat terlaksana. ECS dalam hal ini menyediakan panduan ekspor berupa *Sales Contract Process* berbentuk dokumen/surat persetujuan antara penjual dan pembeli sebagai bentuk menindak lanjuti permintaan oleh *importer*.

2) Pendampingan Ekspor

Setelah menyediakan panduan ekspor, ECS kemudian melakukan kegiatan pendampingan ekspor dengan memaparkan fasilitas yang diberikan oleh Ditjen PEN bagi eksportir untuk mengembangkan kapasitas dan kapabilitas dirinya untuk melakukan kegiatan ekspor.

3) Promosi Ekspor

Kegiatan promosi ekspor dari ECS ini diisi dengan pemaparan umum terkait berbagai pameran dagang yang diselenggarakan baik di Indonesia maupun di luar negeri dengan tujuan dapat meningkatkan peluang ekspor bagi para pelaku UMKM.

C. Konsep Internasionalisasi

Dalam konteks ekonomi, internasionalisasi merupakan suatu upaya untuk menembus pasar internasional. Jika sebelumnya suatu perusahaan hanya beroperasi pada skala domestik maka melalui internasionalisasi, perusahaan mulai merambah pasar luar negeri. Dalam memasuki pasar internasional, perusahaan harus mempertimbangkan perbedaan pola dan kultur pasar domestik dengan pasar Internasional. Pemilihan strategi yang tepat menjadi kunci sukses perusahaan dalam memasuki pasar internasional dan meningkatkan keuntungan serta memenangi persaingan. Strategi tersebut merupakan aksi dan komitmen terintegrasi dan terkoordinasi yang didesain untuk memaksimalkan *core competencies* perusahaan dengan tujuan menambah atau mempertahankan keuntungan perusahaan secara umum.³⁷

Internasionalisasi memiliki andil dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, karena mampu mencapai skala dan cakupan ekonomi, memfasilitasi akses terhadap teknologi asing, meningkatkan efisiensi aktivitas manufaktur, serta memungkinkan manajemen pengetahuan dan pemasaran yang lebih baik. Pada tingkat nasional, pemerintah juga

³⁷ Robert E Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane, Hoskisson, *Strategic Management Competitiveness & Globalization: Concepts & Cases*, 11th ed (Stamford: Cengage Learning, 2015).

mengharapkan internasionalisasi perusahaan karena dapat memberikan kontribusi pada penerimaan devisa negara.³⁸

Internasionalisasi memperkenalkan sejumlah tantangan bagi perusahaan, terutama dalam hal perbedaan budaya dan regulasi di setiap negara. Di dalam Faktor budaya khususnya, memainkan peran penting dalam perilaku konsumsi masyarakat, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi penerimaan produk di pasar internasional. Karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan produk mereka agar sesuai dengan pasar internasional sebelum memasarkannya. Terjadinya internasionalisasi dapat disebabkan oleh apa yang disebut sebagai faktor pendorong, dan faktor pendorong ini terbagi menjadi dua yakni faktor pendorong eksternal dan faktor pendorong internal.³⁹

Faktor pendorong internal dapat digambarkan sebagai ukuran skala perusahaan, usia perusahaan telah beroperasi, pengalaman dan performa perusahaan di pasar internasional, dan karakter manajemen serta organisasi perusahaan. Berbagai faktor pendorong internal tersebut dapat diukur dengan beberapa indikator seperti komitmen perusahaan untuk memasuki persaingan di pasar internasional, upaya perusahaan dalam membangun citra dan reputasi yang baik di hadapan konsumen internasional, hingga upaya untuk mengejar keuntungan yang lebih besar dibanding keuntungan

³⁸ Manolova, T. S., Manev, I. M., & Gyoshev B. S, "In Good Company: The Role of Personal and Inter-Firm Network for New-Venture Internationalization in a Transition Economy," *Journal of World Business* 45, no. 3 (2010): 257–65.

³⁹ O. Jane, "Proses Internasionalisasi Perusahaan: Desain Strategi & Organisasi (Studi Kasus UKM Di Kota Bandung)," 2012.

dari pasar domestik dan memperoleh sumber-sumber faktor produksi seperti upah tenaga kerja yang lebih rendah serta bahan baku yang lebih terjangkau. Selanjutnya faktor pendorong eksternal terdiri dari hal-hal seperti kehadiran kompetitor, kondisi sosial budaya, stabilitas politik, dan iklim

ECS telah terbentuk atas kerja sama Kemendag Republik Indonesia dalam upaya menumbuhkan pelaku ekspor baru serta membantu penetrasi produk ekspor. Berbagai upaya yang dilakukan ECS untuk memfasilitas UMKM diantaranya terkait peluang ekspor, pemanfaatan perjanjian perdagangan bebas, pendampingan standardisasi produk, promosi, dan prosedur ekspor. Selain itu beberapa kebijakan yang dilakukan dalam upaya internasionalisasi produk-produk UMKM antara lain:

- 1) Menjalankan misi dagang luar negeri

Misi dagang merupakan kegiatan memertemukan calon buyer di suatu daerah (dalam hal ini pembeli asing di luar negeri) dengan calon eksportir dari Indonesia. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang berbentuk G to B (Government to Business) dan B to B (Business to Business). Menjalankan misi dagang ini sebagai upaya untuk memertemukan kedua belah pihak agar dicapai sebuah kesepakatan bisnis

- 2) Berpartisipasi dalam event pameran di luar negeri

Selain berpartisipasi dalam pameran dagang dalam negeri, kegiatan pameran dagang di luar negeri juga diperlukan untuk memperluas daerah

promosi, pameran jenis ini terbagi menjadi dua, yaitu pameran aktif dan pameran mandiri. Pameran aktif adalah pameran yang didukung penuh oleh Ditjen PEN, sehingga porsi partisipasinya lebih besar daripada pameran mandiri. Sedangkan pameran mandiri adalah pameran yang partisipasinya lebih minim dari pameran aktif, seperti hanya mengirimkan beberapa wakil untuk berpartisipasi dalam pameran tersebut.

3) *Business matching* secara daring dan luring

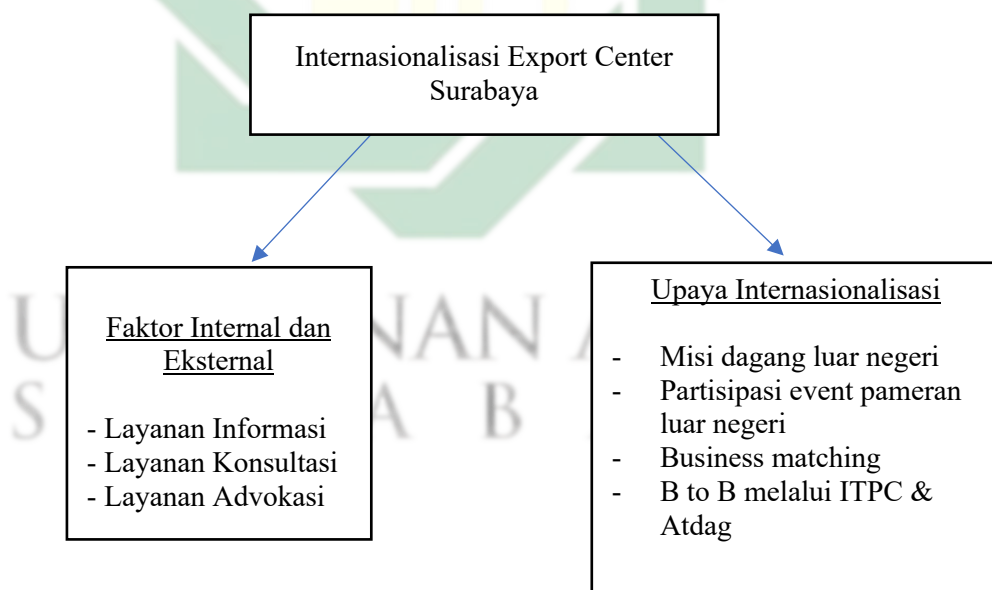
Business matching adalah sebuah pertemuan bisnis yang terjadwal antara pelaku bisnis dengan calon mitra. Sistem bisnis ini juga dikenal dengan sebutan Business to business (B2B). Tujuan utama *business matching* adalah terciptanya koneksi antara pebisnis satu dengan pebisnis lainnya sehingga menjadi modal penting dalam menambah wawasan baru dan mendapat peluang pengembangan bisnis baru.

4) Mengadakan *business matching* B to B melalui *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) dan Atase Perdagangan (Atdag)

ITPC dan Atdag merupakan perwakilan perdagangan RI di luar negeri yang bertujuan untuk membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia dan negara tujuan ekspor. ITPC dan Atdag hadir dalam rangka membuka kesempatan sebesar-besarnya bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka di pasar luar negeri. Melalui ITPC, ECS berupaya untuk membantu pelaku UMKM melakukan promosi

produk ekspor Indonesia di luar negeri, memberikan informasi mengenai produk Indonesia, melakukan usaha-usaha terjadinya kerjasama antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha di wilayah kerjanya, membantu pengusaha Indonesia dalam memasarkan barang-barangnya di wilayah kerjanya, melakukan usaha-usaha peningkatan kegiatan promosi dan melakukan usaha kegiatan penerobosan pasar.

Melihat hal tersebut secara keseluruhan pengaruh dari faktor internal dan eksternal serta bentuk upaya internasionalisasi memiliki peran aktif dalam kegiatan ekspor yang dilakukan *Export Center Surabaya* sehingga penting untuk pelaku usaha UMKM untuk melakukan dua faktor tersebut.

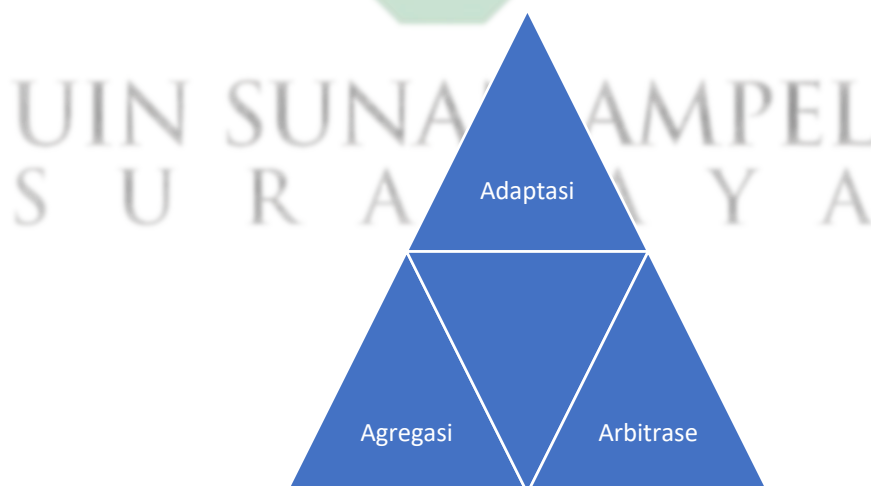


Gambar 2. 3 Konsep Internasionalisasi

D. Konsep Adaptasi, Agregasi, Arbitase (AAA)

Konsep Adaptasi, Agregasi, Arbitase (AAA) merupakan strategi bisnis internasional yang dirumuskan oleh Pankaj Ghemawat. AAA sendiri

merupakan gabungan dari tiga variabel strategi yang dapat dijalankan secara berurutan dimulai dari adaptasi, agregasi, dan arbitrase. Sederhananya, strategi adaptasi bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan pangsa pasar dengan menyesuaikan satu atau beberapa bagian dari model bisnis perusahaan untuk memenuhi kebutuhan lokal. Strategi agregasi berfokus pada mencapai ekonomi skala atau cakupan dengan menciptakan efisiensi regional atau global, biasanya melibatkan standarisasi sebagian besar proposisi nilai dan menggabungkan proses pengembangan dan produksi. Dan terakhir strategi arbitrase adalah tentang mengeksploitasi perbedaan ekonomi atau lainnya antara pasar nasional dan regional, biasanya dengan menempatkan bagian-bagian terpisah dari rantai pasok di tempat yang berbeda. Untuk lebih detail dari masing-masing strategi akan diulas berikut ini.⁴⁰



Gambar 2.4 Konsep AAA Pankaj Ghemawat

⁴⁰ Zelal Ates dan Christiane Prange, "Customer Participation in Firms' Internationalization Strategy: Linking AAA to CCC," *Schmalenbach Business Review* 63, no. 3 (2011): 24–50.

1) Adaptasi

Sebagaimana penjelasan singkat sebelumnya, untuk meningkatkan pendapatan dan pangsa pasar dengan melakukan adaptasi sesuai dengan kebutuhan lokal konsumen, strategi adaptasi dapat dikatakan strategi paling umum karena beberapa derajat adaptasi dibutuhkan untuk hampir semua produk. Dalam strategi adaptasi terdapat lima kategori meliputi variasi, fokus, eksternalisasi, desain, dan inovasi. Kategori pertama, strategi variasi tidak hanya melibatkan membuat perubahan pada produk dan layanan tetapi juga menyesuaikan kebijakan, posisi bisnis, dan bahkan harapan untuk sukses. Dimensi produk akan terlihat jelas ketika menerapkan strategi variasi.⁴¹

Kategori kedua, strategi fokus menunjukkan bagaimana fokus kepada hal-hal seperti produk, geografi, tahapan vertikal dalam rantai nilai, atau segmen pasar sebagai cara untuk mengurangi dampak perbedaan antar wilayah. Fokus pada produk memanfaatkan kenyataan bahwa perbedaan yang lebar dapat terjadi di dalam kategori produk yang luas dalam tingkat variasi yang diperlukan untuk bersaing secara efektif di pasar lokal. Fokus pada lingkup geografis dapat memungkinkan fokus pada negara-negara di mana adaptasi yang relatif sedikit diperlukan. Strategi fokus vertikal melibatkan pembatasan keterlibatan langsung

⁴¹ Ian Whadcock, *Managing Differences: The Central Challenge of Global Strategy* (March: Harvard Business Review, n.d.).

perusahaan pada langkah-langkah tertentu dalam rantai pasokan sambil memberdaya yang lain.

Terakhir, fokus pada segmen menargetkan basis pelanggan yang lebih terbatas. Alih-alih menyesuaikan produk atau layanan, perusahaan yang menggunakan strategi ini memilih untuk menerima kenyataan bahwa tanpa modifikasi, produk mereka akan menarik pangsa pasar yang lebih kecil atau jaringan distributor yang berbeda dari pasar domestik. Banyak produsen barang mewah menggunakan pendekatan ini.⁴²

Kategori ketiga, strategi eksternalisasi menggunakan aliansi strategis, waralaba, adaptasi pengguna, atau jaringan untuk menyerahkan tanggung jawab atas bagian-bagian tertentu dari model bisnis perusahaan kepada mitra bisnis. Hal ini memungkinkan pelaku bisnis untuk menyesuaikan persyaratan lokal, menurunkan biaya, atau mengurangi risiko. Kategori keempat berfokus pada desain untuk mengurangi biaya variasi, bukan kebutuhan akan variasi. Biaya manufaktur sering kali dapat dicapai dengan memperkenalkan fleksibilitas desain untuk mengatasi perbedaan pasokan. Memperkenalkan platform produksi standar dan modularitas pada komponen juga membantu mengurangi biaya. Terakhir, kategori kelima yang merujuk pada strategi inovasi dapat digambarkan sebagai

⁴² Pankaj Ghemawat, *Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World Where Differences Still Matter* (Boston: Harvard Business School Press, 2007).

peningkatan efektivitas dalam melakukan adaptasi dengan terus menciptakan berbagai inovasi yang dapat memudahkan operasional, mengembangkan efisiensi, hingga melipat gandakan keuntungan.⁴³

2) Agregasi

Berbeda dengan adaptasi, agregasi lebih condong kepada bagaimana menciptakan skala atau cakupan ekonomi sebagai cara untuk mengatasi perbedaan. Tujuannya adalah untuk mengeksploitasi kesamaan di antara geografi daripada menyesuaikan dengan perbedaan, tetapi tidak sampai pada standarisasi yang lengkap, yang akan menghancurkan pendekatan adaptasi bersamaan. Kuncinya adalah dengan mengidentifikasi cara memperkenalkan skala dan cakupan ekonomi ke dalam model bisnis global tanpa mengorbankan respon lokal.⁴⁴

Mengadopsi pendekatan regional untuk mengglobalisasi model bisnis mungkin merupakan strategi agregasi yang paling banyak digunakan. Regionalisasi atau semi globalisasi berlaku untuk banyak aspek globalisasi, mulai dari pola investasi dan komunikasi hingga perdagangan dan bahkan ketika perusahaan memiliki kehadiran yang signifikan di lebih dari satu wilayah, interaksi kompetitif seringkali terfokus secara regional. Meningkatnya penggunaan merk global dari perusahaan dibandingkan merk produk adalah contoh kuat dalam

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Zelal Ates dan Christiane Prange, "Customer Participation in Firms' Internationalization Strategy: Linking AAA to CCC."

menciptakan skala dan ruang lingkup ekonomi. Agregasi geografis bukan merupakan satu-satunya jalan untuk menghasilkan skala atau ruang lingkup ekonomi. Dimensi non-geografis lainnya dalam kerangka budaya, administratif, dan ekonomi juga dapat mendukung strategi agregasi.⁴⁵

3) Arbitrase

Strategi arbitrase merupakan suatu cara untuk mengeksploitasi perbedaan, bukan menyesuaikan diri atau adaptasi, dan mendefinisikan strategi global yang ideal yakni bagaimana dapat melakukan pembelian dengan harga serendah mungkin di satu pasar dan menjual dengan harga setinggi mungkin di pasar lain. Efek menguntungkan yang terkait dengan negara atau tempat asal telah lama menjadi dasar arbitrase budaya. Perbedaan hukum, kelembagaan, dan politik antar negara atau wilayah menciptakan peluang untuk arbitrase administratif. Dalam arti tertentu, semua strategi arbitrase yang menambah nilai bersifat ekonomi. Dalam hal ini, istilah arbitrase ekonomi digunakan untuk menggambarkan strategi yang tidak secara langsung mengeksploitasi perbedaan budaya, administratif, atau geografis.⁴⁶

Jika dibandingkan dengan strategi adaptasi dan agregasi, strategi arbitrase tidak terlalu populer karena masih banyak pihak yang

⁴⁵ Ralph G. Carter dan James M. Scott, *Choosing to Lead: Understanding Congressional Foreign Policy Entrepreneurs*.

⁴⁶ Pankaj Ghemawat, *Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World Where Differences Still Matter*.

menganggap bahwa strategi arbitrase relatif sulit untuk diimplementasikan dengan sukses pada skala global. Selain itu, penerapan strategi arbitrase pada faktor fundamental seperti tenaga kerja dan modal hanya berujung pada peluang kompetitif yang terbatas serta memungkinkan tidak dapat dipertahankan dalam jangka panjang karena kedua faktor fundamental tersebut tersedia untuk semua orang atau dengan kata lain tidak eksklusif. Dari segi keuntungan, strategi arbitrase juga dianggap hanya mendatangkan keuntungan yang relatif kecil.⁴⁷



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁴⁷ Pankaj Ghemawat dan Ken A. Mart, *Wal-Mart's International Expansion Case NI-705-486* (Boston: Harvard Business School Press, 2005).

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif disertai dengan pendekatan deskriptif. Secara umum, penelitian kualitatif banyak digunakan dalam studi tentang pola dan perilaku manusia, termasuk dalam bidang ilmu sosial dan humaniora. Menurut Jhon W. Creswell, pendekatan kualitatif merupakan serangkaian metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari masalah sosial atau manusia tertentu, baik itu terjadi pada sekelompok orang maupun individu. Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa upaya yang dilakukan untuk membantu menginterpretasikan makna data, antara lain mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data dari partisipan, serta melakukan analisis secara induktif terhadap tema-tema yang muncul. Hal ini dilakukan agar proses penafsiran data menjadi lebih efektif dan akurat.⁴⁸

Pendekatan deskriptif sendiri digunakan untuk mengkaji suatu kelompok manusia, subjek, peristiwa, kondisi, atau sistem pemikiran masa kini.⁴⁹ Lebih lanjut pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendeksripsikan fenomena beserta ciri-cirinya dengan mendalam.⁵⁰ Dengan demikian berdasarkan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan menggambarkan

⁴⁸ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016).

⁴⁹ Mohammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988).

⁵⁰ Hossein Nassaji, "Qualitative and Descriptive Research: Data Type versus Data Analysis. Language Teaching Research," *Language Teaching Research* 19, no. 2 (2015): 129.

bagaimana peran yang dilakukan oleh ECS dalam mendampingi para UMKM yang ada di wilayah Jawa Timur menembus pasar ekspor pada tahun 2022.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian membutuhkan sebuah rancangan penelitian yang akan dilakukan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif dapat berupa kata-kata tertulis atau lisan yang dapat diamati.⁵¹ Kemudian menggunakan jenis deskriptif untuk mempermudah melakukan proses analisa terhadap suatu fenomena yang terjadi sehingga diangkat dalam penelitian ini, dilakukan dengan memaparkan hasil berupa data-data yang telah ditemukan oleh peneliti secara terperinci dan runtut.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Export Center Surabaya yang terletak di Jl. Kedung Doro No.86-90, Sawahan, Kec. Sawahan, Surabaya, Jawa Timur serta beberapa UMKM di wilayah Jawa Timur yang telah menembus pasar ekspor sepanjang tahun 2022. Penelitian dilakukan terhitung sejak judul skripsi ini disetujui pada Bulan Januari 2023 – April 2023

⁵¹Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021, <https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>.

C. Level Analisis Data

Dalam konteks penelitian, subjek merujuk pada benda, hal, atau individu yang menjadi sumber data dan memiliki variabel penelitian yang melekat padanya. Subjek ini menjadi fokus atau masalah dalam penelitian yang dilakukan.⁵² Dengan demikian yang menjadi subjek dalam penelitian adalah ECS yang merupakan organisasi pemerintahan di bawah Kementerian Perdagangan Indonesia dengan salah satu tugas utamanya adalah mendampingi UMKM untuk dapat berkembang, dalam hal ini menembus pasar ekspor.

Tingkat analisis dalam penelitian hubungan internasional terdiri dari beberapa level. Menurut Mohtar Mas'ood terdapat lima tingkat analisis dalam penelitian hubungan internasional mulai dari tingkat analisis individu, kelompok individu, negara-bangsa, kelompok negara-negara dalam satu kawasan, dan sistem global.⁵³

1. Analisis individu

Level analisis individu ini beranggapan bahwa ketika melakukan pemahaman terhadap suatu fenomena hubungan internasional, maka peneliti perlu melakukan analisis terhadap tokoh utama seperti kepala pemerintah atau aktor negara yang memiliki pengaruh dalam hubungan internasional.

⁵² Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).

⁵³ Mohtar Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 1994).

2. Analisis kelompok individu

Level analisis kelompok individu ini beranggapan bahwa bentuk tindakan dari suatu kelompok atau organisasi di berbagai negara dapat menjadi alasan mengapa sesuatu dilakukan. Kelompok yang dimaksud yaitu seperti lembaga sosial, instansi pemerintah dan lain sebagainya

3. Analisis negara-bangsa

Level analisis negara bangsa cenderung fokus terhadap proses pembuatan suatu keputusan/kebijakan terkait hubungan internasional. Hal ini dapat diasumsikan sebagai politik luar negeri oleh suatu negara-bangsa selaku satu kesatuan yang utuh dan yang akan dilihat adalah sikap dari negara bangsa

4. Analisis kelompok negara-negara satu kawasan

Level analisis kelompok negara-negara satu kawasan ini beranggapan bahwa negara-bangsa tidak melakukan suatu tindakan dengan sendiri-sendiri. Akan tetapi melakukannya sebagai suatu kelompok yang berbentuk aliansi, ikatan ekonomi serta perdagangan dan lain-lain.

5. Analisis sistem global

Level analisis negara bangsa cenderung fokus terhadap pada sistem internasional itu sendiri. Gagasannya adalah pergantian ataupun dinamika di dalam system internasional itu yang memastikan sikap masing-masing orang yang memiliki peran hubungan internasional.

Pada dasarnya negara bangsa serta aktor lainnya dalam hubungan internasional merupakan suatu unit yang ada didalam system yang lebih besar, yaitu sistem internasional.

Dengan demikian tingkat analisis dalam penelitian ini yaitu kelompok individu. Dalam tingkat analisis individu kelompok, penelitian dilakukan dengan menganalisis bagaimana para aktor subnasional di suatu negara berusaha mempengaruhi isu atau kebijakan dalam negeri maupun kebijakan luar negeri suatu negara. Penelitian ini membahas strategi ECS sebagai kelompok individu atau aktor subnasional dalam mendampingi UMKM di Jawa Timur menembus pasar ekspor sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya saing UMKM secara global.

D. Tahap Penelitian

1. Tahap Persiapan dan Pendahuluan

Pada tahap ini, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian karena mendapat informasi mengenai *Export Center Surabaya* melalui UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Setelah mendapatkan informasi tersebut peneliti mencari lebih detail mengenai keterkaitan ECS dengan UMKM melalui Bapak Wahyu Kusuma Hadi selaku ketua bidang pengembangan UMKM, Salsabila Rifqi selaku staff, serta para pelaku UMKM Muhammad Milano selaku pemilik UMKM UD Omaku Blitar, Iqbal Akbarudhin selaku Quality Assurance CV Indigo Sejahtera, Enggal Ridho selaku staff PT Dadi Berkah

Berjaya dan Nayla Aqila selaku staff PT Mitra Mulia Makmur.

Peneliti melakukan pra *research* dengan bapak Iqbal dan dilanjutkan dengan seminar proposal skripsi. Kemudian peneliti melanjutkan penelitian dengan mengumpulkan data-data berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan dan data yang peneliti kumpulkan dari berbagai sumber seperti media sosial khusus nya dalam website resmi Export Center Sruabaya. Untuk langkah selanjutnya peneliti melakukan penyusunan dan mempersiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan pada instansi mengenai bagaimana peran *Export Center Surabaya* dalam mendampingi UMKM Jawa Timur menembus Pasar Ekspor pada tahun 2022.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti melakukan beberapa langkah seperti pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara mengkaji literatur dan menggabungkan dengan penelitian terdahulu, mengumpulkan beberapa sumber seperti skripsi, tesis, jurnal sebagai penunjang data yang akan dianalisis. Selain itu juga akan dilakukan kegiatan wawancara kepada pihak terkait sesuai dengan topik pembahasan.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap menganalisis dara, peneliti melakukan penyusunan secara runtut terhadap hasil-hasil yang telah didapatkan dari kegiatan wawancara kepada instansi serta data yang didapatkan melalui skripsi,

tesis, jurnal dan data yang ditemukan di *website* resmi oleh peneliti. Tahap ini peneliti mulai melakukan pemilahan data yang dapat disajikan terhadap suatu penelitian yang tepat dan logis.

4. Tahap Laporan

Pada tahap ini peneliti mulai menulis hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti juga memulai menulis hasil dari penelitian yang dilakukan dari media informasi digital yang dilakukan peneliti dari media informasi yang diperoleh. Penulis juga menuliskan teks wawancara yang telah dilakukan peneliti yang dikemas dalam bentuk teks penelitian berwujud skripsi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data melibatkan sumber data primer dan sekunder pada penelitian ini. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti sebagai pengumpul data dari narasumber atau sumber pertama, melalui teknik wawancara serta observasi lapangan. Sementara itu, data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti sebagai pengumpul data, tetapi berasal dari dokumen, penelitian sebelumnya, atau sumber lain yang telah diproses oleh orang lain sebelumnya. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari wawancara semi terstruktur dan studi literatur.

1. Wawancara semi terstruktur

Wawancara semi terstruktur merupakan teknik wawancara diawali dengan batang pertanyaan yang direspon oleh narasumber, kemudian peneliti dapat mengajukan pertanyaan lanjutan sesuai dengan respon narasumber ataupun kembali kepada rencana pertanyaan. Jenis wawancara ini termasuk dalam kategori wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan dengan lebih fleksibel dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengeksplorasi permasalahan secara lebih terbuka, di mana narasumber diminta untuk memberikan pendapat dan ide-ide mereka.⁵⁴

Pada penelitian ini, persiapan instrument wawancara yang disiapkan adalah terkait berbagai kemungkinan strategi yang biasanya dijalankan oleh lembaga pemerintah dalam mendampingi dunia usaha mengembangkan bisnisnya di pasar internasional. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menggali data melalui wawancara dengan salah satu pelaku UMKM yakni Bapak Iqbal Akbarudhin selaku Quality Assurance CV Indigo Sejahtera. Wawancara ini dilakukan secara langsung untuk menyusun instrument wawancara yang akan digunakan..

Selain itu, untuk mendukung data penelitian ini juga dilakukan

⁵⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2008).

wawancara dengan pihak Export Center Surabaya, yakni Wahyu Kusumo Adi selaku Wakil Ketua Bidang Pengembangan UMKM. Wawancara dilakukan secara langsung di kantor Export Center Surabaya. Export Center Surabaya sendiri merupakan suatu unit kerja yang didirikan secara melalui kerja sama antara pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur dan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Kementerian Perdagangan.

Selanjutnya untuk mengkonfirmasi peran yang dilakukan oleh Export Center Surabaya dalam mendampingi UMKM menembus pasar ekspor, wawancara juga dilakukan dengan beberapa pihak UMKM di Jawa Timur yang telah berhasil menembus pasar ekspor pada tahun 2022. Wawancara dilakukan secara langsung dengan mendatangi masing-masing kantor atau lokasi operasi UMKM di wilayah Jawa Timur. Adapun UMKM yang diwawancarai antara lain CV. Indigo Zumami Sejahtera, PT. Tropiloka Exportindo, PT. CMN Internasional, dan PT. Dadi Berkah Berjaya.

2. Studi Pustaka

Serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data yang berasal dari berbagai literatur terdahulu mengenai topik-topik peran suatu organisasi atau lembaga pemerintah dalam mendukung UMKM serta proses UMKM menembus pasar ekspor.

F. Teknik Analisa Data

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data sampai dengan berakhirnya proses pengumpulan data dalam jangka waktu tertentu. Misalnya dalam teknik pengumpulan wawancara, peneliti melakukan wawancara secara terus menerus sampai selesai, dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dianggap dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Model ini bersifat interaktif dan berjalan terus menerus hingga mencapai saturasi data. Langkah-langkah dalam teknik analisis data pemodelan ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.⁵⁵

Model analisis data ini dimulai secara proaktif sebelum reduksi data. Harapan ini merupakan proses yang biasanya tidak dilakukan secara sadar sepenuhnya, seperti sikap peneliti dalam memutuskan kerangka konseptual yang mana, tempat yang mana, pertanyaan penelitian yang mana, metode pengumpulan data yang mana yang akan digunakan. Kemudian lanjutkan dengan langkah-langkah berikut sebagai berikut.

1. *Data Reduction*

Reduksi data secara umum berarti meringkas atau mengurutkan data yang besar dan bervariasi untuk memfokuskan analisis pada pertanyaan yang sesuai dengan topik penelitian. Reduksi data ini memudahkan

⁵⁵ M. B. Miles and M. Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992).

peneliti untuk mengumpulkan informasi tambahan. Data dikurangi dengan memberikan kode ke aspek-aspek tertentu.

2. *Data Display*

Langkah selanjutnya setelah reduksi data adalah display data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan melalui uraian singkat, bagan, flowchart, dll. Namun, format penyajian data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah format teks naratif.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Kesimpulan dari penelitian kualitatif merupakan penemuan baru, yang dapat berupa gambaran atau gambaran tentang suatu objek yang sebelumnya belum jelas. Pada titik ini ada kesempatan untuk kesimpulan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, analisis data dalam model Miles dan Huberman bersifat konstan hingga mencapai kejenuhan data, sehingga dalam proses ini dimungkinkan untuk menarik kesimpulan awal. Kesimpulan awal ini bersifat tentatif dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat. Namun, ketika kesimpulan asli didukung oleh bukti yang kuat, kesimpulan tersebut menjadi kesimpulan yang masuk akal.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian, memastikan keakuratan informasi merupakan isu penting. Untuk memastikan keakuratan data, diperlukan tahap review data agar peneliti dapat memperoleh hasil yang valid dan reliabel dalam penelitian. Menurut J. Moleong, penelitian kualitatif memiliki empat

kriteria untuk memeriksa keabsahan data. Empat kriteria yang digunakan untuk memeriksa keakuratan informasi adalah Kredibilitas, Transferabilitas (keteralihan), Dependabilitas (kebergantungan), dan Konfirmabilitas (kepastian).⁵⁶

Yang pertama adalah kriteria kredibilitas. Kriteria kredibilitas bertujuan untuk menghilangkan keraguan sehingga tingkat kepercayaan terhadap hasil dapat diandalkan, selain itu juga dilakukan untuk menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap hasil melalui bukti kekurangan yang bermasalah dari peneliti. Berpendidikan.⁵⁷ Untuk memenuhi kriteria Kredibilitas dapat dilakukan dengan cara:

1. Perpanjangan Proses Pengamatan

Tujuan perluasan observasi ini adalah untuk meningkatkan kredibilitas data yang dikumpulkan oleh peneliti. Tes kembali memverifikasi bahwa sumber informasi yang diterima bertanggung jawab dan kredibel. Dengan memperluas proses deteksi, peneliti memiliki waktu tambahan yang cukup untuk mendeteksi atau memperhitungkan bias yang ditimbulkan oleh data sampah.⁵⁸

Bias pertama yang terlihat adalah bias pribadi. Peneliti harus bersikap netral dengan memberikan dasar pengujian yang jelas dalam

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja ROsdakarya, 2011).

⁵⁷ Lexy J. Moleong. 324

⁵⁸ Lexy J. Moleong. 328

pengumpulan data selama penelitian agar peneliti tidak mudah tertukar dengan nilai-nilai yang melekat yang sudah ada dalam diri peneliti.

2. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti berusaha meneliti lebih cermat dan berkelanjutan. Meningkatkan daya tahan dapat meningkatkan kredibilitas materi, dalam hal ini peneliti akan mengecek kembali informasi yang diterima, sehingga kecil kemungkinan terjadinya kesalahan.

Peneliti harus melakukan penelitian jangka panjang dan menyeluruh sambil terus memantau faktor kunci penelitian.⁵⁹ Setelah itu peneliti harus melakukan penelitian secara detail dan tentatif.

3. Triangulasi Sumber

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pemeriksaan data dari sumber yang berbeda pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik segitiga sumber adalah teknik dimana peneliti menguji kredibilitas informasi melalui proses sebagai berikut; Perbandingan hasil wawancara dengan hasil data observasi, perbandingan ucapan yang diucapkan secara pribadi dan yang disajikan di depan umum, perbandingan waktu ucapan, dan perbandingan dari satu perspektif ke

⁵⁹ Lexy J. Moleong. 330

perspektif lainnya.⁶⁰

Para peneliti juga mengkonfirmasi informasi sekunder yang relevan dari informasi yang diperoleh. Salah satu peneliti membenarkan perkembangan informasi Greenpeace Amerika masih terkait lobi Serikat Buruh Migran Indonesia dengan menghubungi pejabat Greenpeace Amerika melalui email. Dengan teknik ini, kata Patton, para peneliti tidak perlu mengharapkan kesamaan mutlak; yang paling penting adalah setidaknya memahami mengapa perbedaan ini muncul.⁶¹

4. Menggunakan Bahan Referensi

Dalam teknik ini, peneliti memasukkan bahan pendukung sebagai bukti kebenaran informasi yang ditemukan selama penelitian. Bahan referensi dapat berupa rekaman wawancara, data interaksi antara dua orang dan foto-foto kegiatan penelitian.

Kriteria lain adalah transferabilitas. Kriteria transferabilitas mencakup pertanyaan empiris apakah ada kesamaan antara pengirim dan penerima. Dalam kriteria ini, peneliti harus menggeneralisasikan informasi secara sistematis dan terperinci untuk memudahkan pemahaman pembaca sebagai penerima informasi. Apabila pembaca sebagai penerima informasi dapat memahami isi penelitian dan

⁶⁰ Lexy J. Moleong, 331

⁶¹ Lexy J. Moleong, 334.

menerapkannya pada situasi lain, berarti penelitian tersebut memenuhi kriteria transferabilitas.

Teknik pencitraan terperinci atau teknik pencitraan tebal dapat digunakan untuk memenuhi kriteria transferabilitas. Deskripsi rinci adalah upaya di mana peneliti mereproduksi hasil penelitian dengan hati-hati dan selengkap mungkin, menggambarkan dengan jelas konteks masalah dan tempat penelitian. Peneliti harus memastikan bahwa informasi yang dibutuhkan pembaca disampaikan secara akurat, sehingga peneliti dapat mempertanggungjawabkan asumsi dan pertimbangan apa pun yang mungkin dimiliki pembaca tentang isi penelitian.

Ketiga adalah kriteria dependabilitas. Kriteria dependabilitas dapat ditunjukkan dengan mengulang proses penelitian pada penelitian yang sama dengan orang yang berbeda, dan jika hasilnya sama, maka kriteria dependabilitas terpenuhi. Untuk memenuhi kriteria dependabilitas, dapat dilakukan teknik audit dependensi. Dependency auditing adalah teknik dimana peneliti melakukan proses audit, berkonsultasi dan bekerja sama dengan guru pembimbing selama proses penelitian berlangsung.

Keempat adalah kriteria konfirmabilitas. Dalam kriteria konfirmabilitas perlu dipastikan bahwa hasil penelitian bersifat objektif atau tidak memiliki hubungan ketergantungan dengan pandangan, pendapat, dan temuan sebagian orang. Sesuatu dapat dianggap objektif jika bersifat faktual, dapat dipercaya, dan pasti. Di sisi lain, subyektif

berarti terdistorsi dan tidak dapat diandalkan. Untuk memenuhi kriteria validasi, peneliti harus mencari dan memperoleh pengakuan dari banyak orang yang setuju dengan hasil penelitian.⁶²



⁶² Ibid., 326.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan bab empat ini peneliti akan menyajikan dan membahas hasil mengenai peran dari Export Center Surabaya dalam upaya memdampingi UMKM menembus pasar ekspor pada tahun 2022. Hal tersebut membahas mengenai Export Center Surabaya terlintas mengenai aktivitas ekspor. Selain itu, dampak dari pandemi COVID-19 membuat perekonomian serta penjualan didalam negeri maupun luar negeri menjadi menurun drastis. Namun dengan adanya aktivitas ekspor yang merupakan hubungan antar dua negara atau lebih ini merupakan bagian dari perubahan dunia karena tidak hanya pada pelaku UMKM saja namun dalam hal devisa negara sehingga dapat membuat perekonomian menjadi pulih. Upaya yang dilakukan oleh Export Center Surabaya membawakan perubahan yang sangat besar terhadap aktivitas ekspor pada tahun 2022.

Untuk mengetahui bagaimana upaya dari Export Center Surabaya dalam Internasionalisasi dan implementasi konsep Adaptasi, Agregasi dan Arbitase (Usaha Mikro Kecil Menengah, maka perlu adanya komperasi antara sebelum dan sesudah adanya Export Center Surabaya. Hal tersebut sesuai dengan hasil temuan data dalam bentuk tabel dan pernyataan dari narasumber yang didapatkan. Maka dalam bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai Usaha Mikro Kecil Menengah sebelum dan sesudah munculnya binaan dari Export Center Surabaya yang akan didukung oleh pernyataan narasumber terkait yang merupakan Wahyu Adi Kusumo Hadi

A. Kondisi UMKM Jawa Timur Sebelum Binaan Export Center Surabaya

Jumlah UMKM yang ada di Jawa Timur secara keseluruhan tidak kurang dari satu juta UMKM namun yang berhasil menembus pasar ekspor

masih sangat sedikit secara rasio karena kurang dari 5% menurut data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Hal ini mengindikasikan bahwa potensi produk lokal UMKM Jawa Timur masih sangat besar untuk dapat membanjiri pasar internasional. Namun sayangnya tidak semua UMKM bervisi untuk menembus pasar internasional, atau sekurang-kurangnya jikapun punya visi maka yang tidak dimiliki oleh UMKM adalah pengetahuan dari hulu ke hilir terkait bagaimana menembus pasar ekspor. Masih banyak UMKM yang berpikir bahwa menembus pasar ekspor adalah hal yang sulit dan rumit. Oleh sebab itu, ekspor UMKM Indonesia masih ditingkat yang sangat rendah sebelum adanya Export Center Surabaya.

Sebelum adanya binaan Export Center Surabaya pada UMKM, kondisi ekspor UMKM Indonesia sangat rendah, karena kurangnya pengetahuan tentang kelayakan produk Indonesia dalam memenuhi kebutuhan ekspor. Dari hal tersebut kemudian pemerintah pun terus mendorong produk-produk UMKM agar bisa berkembang kancan internasional dengan harapan dapat melakukan penetrasi di pasar global.

Kondisi rendahnya kegiatan ekspor UMKM sebelum adanya pembinaan dari ECS bahwa banyak UMKM yang merasa kesulitan dalam melakukan ekspor. Pertama, kesulitan memperoleh pemahaman tentang legalitas. Hal ini membuat pelaku UMKM minim terhadap pemahaman legalitas, nomor pokok wajib pajak (NPWP), pentingnya nomor induk berusaha, hak atas kekayaan intelektual (HAKI), izin prosedur ekspor-impor. Kedua, kesulitan mendapat akses pembiayaan. Banyak UMKM

nasional yang masih kesulitan mengakses pembiayaan kepada lembaga keuangan atau perbankan nasional. Ketiga, tidak ada pendampingan untuk melakukan kegiatan ekspor yang efektif sehingga tidak dapat bersaing di pasar global.

Keempat, masih kurangnya pengetahuan standarisasi produk yang sesuai standar global sehingga menjadi penghalang bagi UMKM untuk bisa menembus pasar global. Terakhir, kesulitan dalam kegiatan pemasaran karena informasi peluang pasar yang terbatas sehingga produknya sulit menembus pasar global. Selain itu, minimnya infrastruktur logistik juga membuat daya saing produk UMKM nasional rendah. Dari hal tersebut, semakin terlihat nyata bahwa sebelum adanya binaan ECS, kondisi ekspor UMKM Indonesia masih rendah. Pelaku usaha yang seharusnya mampu bersaing, malah menjadi tertinggal dari negara-negara lainnya karena dinilai minim materi terkait ekspor

B. Keberhasilan UMKM Jawa Timur Menembus Pasar Ekspor Melalui Center Surabaya

Keberhasilan beberapa UMKM di Jawa Timur dalam menembus pasar ekspor di beberapa negara berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi wilayah Jawa Timur secara khusus dan Indonesia secara umum. Produk-produk lokal asli buatan Indonesia menjadi lebih dikenal dan dapat bersaing dengan berbagai produk dari negara lain di pasar internasional. Dari sudut pandang lain, keberhasilan menembus pasar ekspor bagi

beberapa UMKM di Jawa Timur ini juga dapat menjadi pemicu bagi UMKM lain untuk mengikuti jejak menembus pasar ekspor. Terlebih di era globalisasi dan perdagangan bebas seperti saat ini di mana hambatan perdagangan baik yang sifatnya tarif maupun non tarif nyaris tidak ada. Oleh sebab itu kesempatan seperti ini sangat baik untuk dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh UMKM.

Dalam rangka mendorong UMKM memenuhi kelayakan ekspornya, dengan adanya ECS saat ini telah mempermudah UMKM dalam melakukan ekspor. Dengan hadirnya ECS membantu pelaku UMKM dalam hal seperti perizinan dan penyediaan, mempermudah fasilitas pemasaran, memberikan banyak informasi kegiatan ekspor. Adanya ECS berhasil meningkatkan skema kerja sama dengan perdagangan internasional, menghasilkan eksportir-eksportir baru, hingga peningkatan partisipasi seluruh pelaku usaha Indonesia khususnya UMKM dalam jaringan produksi yang global. Oleh sebab itu, adanya ECS mempermudah para pelaku ekspor mampu menemukan pasar ekspor yang lebih luas dengan lancar.

Keberhasilan beberapa UMKM di Jawa Timur dalam menembus pasar ekspor tidak dapat dipisahkan dari peran pendampingan yang dilakukan oleh ECS. Berbagai UMKM di Jawa Timur dengan komoditi yang berbeda telah berhasil menembus pasar ekspor sejak mendapatkan pendampingan dari ECS. Beberapa UMKM yang berhasil menembus pasar ekspor karena peran pendampingan dari ECS dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4. 1 Daftar Ekspor UMKM Jawa Timur

No.	Pelaku UMKM	Rincian Ekspor	Negara Tujuan
1.	Pareto Estu Guna	Merupakan UMKM yang berasal dari Bojonegoro dengan komoditas ekspor utamanya adalah keripik singkong	Malaysia
2	CMN Internasional	Adalah UMKM yang beralamat di Sidoarjo dan mengekspor berbagai komoditas kemasan plastik premium berkualitas tinggi	Mauritius
3	Tropi Loka Exportindo	Merupakan UMKM asal Sidoarjo dengan produk ekspor utama yakni Sawdust Briquette atau arang briket yang terbuat dari bahan utama kayu	Australia
4	Indigo Sejahtera	UMKM yang berbasis di Sidoarjo ini memiliki komoditas ekspor berupa mie	Arab Saudi

		telor	
5	Dadi Berkah Berjaya	Dengan komoditas cangkang yang terbuat dari kerang, UMKM yang berasal dari Surabaya ini telah menembus pasar ekspor	Tiongkok
6	Mitra Mulia Makmur	Berasal dari Sidoarjo UMKM dengan komoditas ekspor utama berupa produk olahan plastik premium untuk kebutuhan dapur dan kemasan serbaguna	Filipina
7	Koperasi Produsen Energi Biomassa Indonesia	Merupakan UMKM yang beroperasi di wilayah Pasuruan dengan komoditas ekspor berupa pelet kayu	Korea Selatan
8	Omaku	Adalah UMKM yang berbasis di Blitar dengan komoditas ekspor yakni popcorn	Taiwan
9	Maharani Abadi	Merupakan sebuah UMKM yang memproduksi	Tiongkok

		komoditas ekspor berupa alat musik dan kesenian perkusi Gendang Djimbe dari bahan dasar kayu yang diproduksi di wilayah Blitar	
--	--	--	--

Sumber: diolah dari akun Instagram *exportcenter_sby*
https://www.instagram.com/exportcenter_sby/

C. Program Export Center Surabaya untuk Ekspor UMKM Jawa Timur

Export Center Surabaya (ECS) dalam mewujudkan visi misinya sebagai pelayanan publik bagi UMKM yang ingin menembus pasar ekspor berpedoman pada beberapa program. Adapun program yang dimaksud terkategori menjadi layanan dan kegiatan yang secara spesifik diperuntukkan bagi UMKM yang berkeinginan atau berpotensi menembus pasar ekspor dengan produk yang dimiliki. Layanan yang ditawarkan oleh ECS secara umum terdiri dari tiga layanan meliputi layanan informasi, layanan konsultasi, dan layanan advokasi.

1. Layanan Informasi

Melalui layanan ini, ECS menyediakan berbagai informasi yang berhubungan dengan perdagangan bebas mulai dari perjanjian hingga pelaksanaan yang dimiliki oleh Indonesia dengan berbagai mitra di luar negeri. Selanjutnya informasi ini diberikan kepada pelaku UMKM di Jawa Timur baik secara pasif maupun secara

aktif. Secara pasif dalam artian ECS menerima dan menyambut baik kedatangan pelaku UMKM Jawa Timur yang datang berkunjung ke kantor ECS untuk mendapatkan informasi.

Sementara secara aktif dalam artian ECS menemui pelaku UMKM Jawa Timur secara langsung melalui sosialisasi dalam berbagai bentuk seperti workshop, bimbingan teknis, hingga seminar yang bertujuan untuk mengedukasi berbagai skema perjanjian perdagangan bebas.⁶³ Layanan informasi yang diberikan ECS ini semakin memudahkan bagi pelaku UMKM Jawa Timur karena dapat dilakukan secara daring maupun luring. Berbagai informasi terkait ekspor dengan cepat dan tepat tersalurkan pada pelaku usaha sehingga dapat memperluas pangsa ekspor.⁶⁴ Tujuan akhirnya adalah diharapkan para pelaku UMKM dapat mengenal, memahami, dan kemudian mulai melakukan kegiatan ekspor produknya.

Adapun dalam menjalankan layanan informasi, ECS telah menerapkan alur tertentu yang secara administratif lebih tertata dan memudahkan bagi pelaku UMKM Jawa Timur. Alur sosialisasi dimulai dengan merilis pengumuman jadwal pelaksanaan sosialisasi oleh tenaga pendukung dari ECS. Selanjutnya, pelaku UMKM Jawa Timur yang tertarik dipersilakan untuk mendaftarkan

⁶³ Wahyu Kusuma Hadi, "Wawancara Oleh Penulis," 4 Januari 2023

⁶⁴ Ibid

diri dengan menyertakan berbagai berkas pendukung pendaftaran sosialisasi seperti profil usaha, identitas usaha dan identitas pemilik. Setelah itu, tenaga ahli dari pihak ECS akan melakukan seleksi untuk menentukan pelaku UMKM Jawa Timur mana yang dianggap layak untuk mengikuti sosialisasi dengan indikator potensi usaha yang dapat menembus pasar ekspor. Hasil seleksi tersebut kemudian disampaikan secara terbuka.⁶⁵

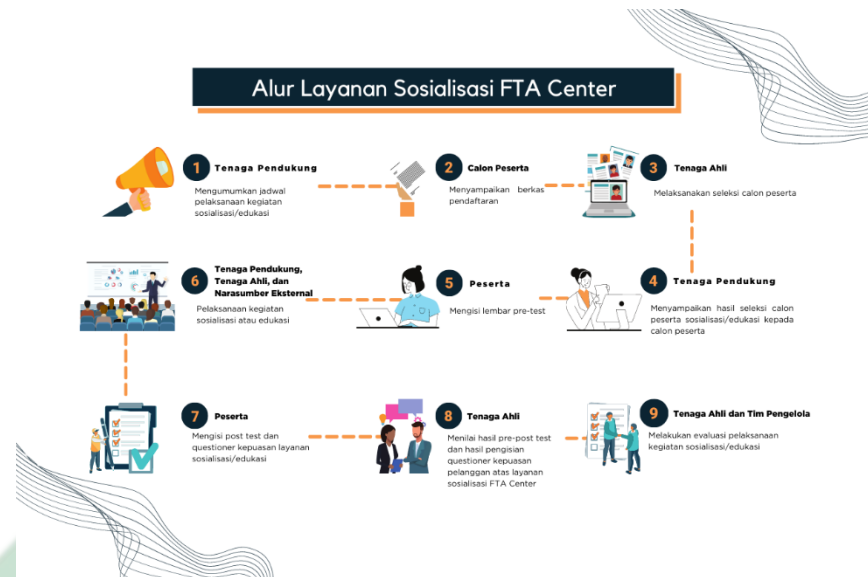
Bagi pelaku UMKM Jawa Timur yang dinyatakan lulus seleksi akan mengikuti *pre-test* yang sudah disiapkan. Setelah itu, kegiatan sosialisasi dapat dilakukan dengan melibatkan tenaga pendukung, tenaga ahli, dan narasumber eksternal dari yang disiapkan oleh pihak ECS. Pasca kegiatan sosialisasi, pelaku UMKM Jawa Timur diminta untuk melakukan pengisian *post-test* untuk dibandingkan dengan hasil *pre-test* sebagai indikator keberhasilan sosialisasi.

Penilaian terhadap hasil *post-test* dilakukan oleh tenaga ahli. Pelaku UMKM Jawa Timur juga diminta untuk mengisi kuesioner kepuasan pelanggan terhadap kegiatan sosialisasi yang telah diselenggarakan. Rangkaian terakhir dari alur sosialisasi ini ditutup dengan evaluasi yang dilakukan oleh tenaga ahli dan tim pengelola ECS.⁶⁶ Untuk lebih jelas mengenai alur sosialisasi yang dilakukan

⁶⁵ Layanan Informasi, "Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor," *blogspot.com*, n.d.

⁶⁶"Alur Layanan Sosialisasi FTA Center," n.d.

oleh ECS dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. 1 Alur Layanan Sosialisasi ECS

Sumber: <https://ftacenter.kemendag.go.id/alur-layanan-sosialisasi-fta-center>

2. Layanan Konsultasi

Berbeda dengan layanan informasi, layanan konsultasi yang disediakan oleh ECS ini berorientasi pada memberikan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh UMKM Jawa Timur dalam rangka menembus pasar ekspor. Seperti terkait peluang ekspor, standarnya ekspor negara tujuan, prosedur ekspor, promosi, sampai ancaman/kendala yang akan dihadapi.⁶⁷ Tidak berhenti sampai di situ, layanan konsultasi ini juga memberikan bimbingan yang menyeluruh kepada pelaku UMKM Jawa Timur khususnya yang dianggap memiliki produk dengan potensi yang bagus secara

⁶⁷ Wahyu Kusuma Hadi, "Wawancara Oleh Penulis," 4 Januari 2023

kualitas dan diminati oleh pasar internasional namun belum pernah melakukan ekspor.⁶⁸

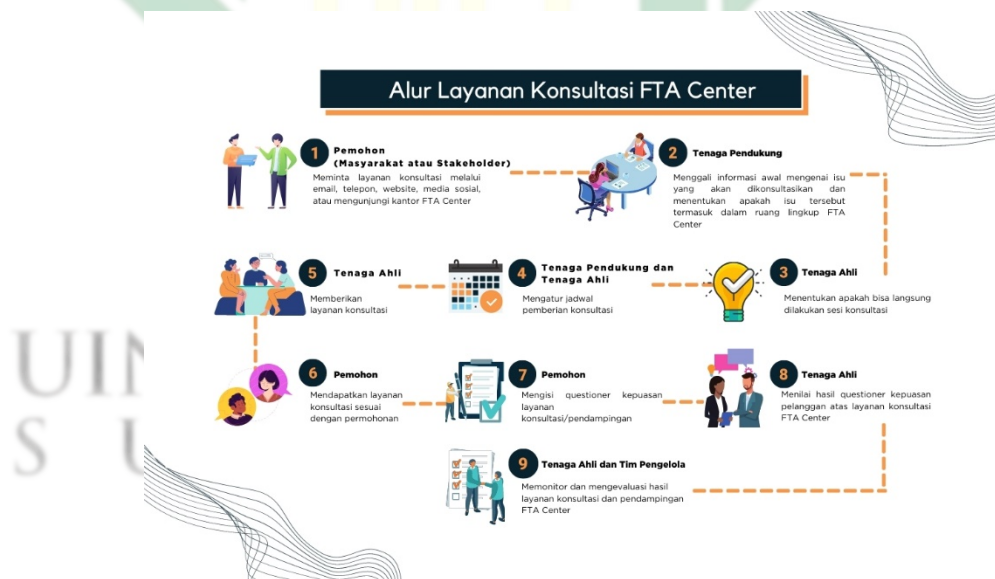
Dalam melakukan konsultasi, ECS juga menyiapkan alur administratif yang tertata agar dapat memudahkan pelaku UMKM Jawa Timur. Adapun alur layanan konsultasi ini berorientasi pada pelaku UMKM sehingga dimulai dari adanya pengajuan dari pihak pelaku UMKM Jawa Timur kepada pihak ECS. Dalam pengajuan konsultasi ini, dapat dilakukan melalui berbagai kanal yang terhubung langsung dengan ECS baik secara daring (surat elektronik, telepon, website, media sosial) maupun secara luring (mengunjungi langsung kantor ECS yang ada di Surabaya).

Setelah pengajuan diterima oleh pihak ECS, selanjutnya tenaga pendukung dari ECS akan melakukan penggalian informasi awal mengenai topik yang akan dikonsultasikan dan apakah sejalan dengan fungsi ECS serta termasuk ke dalam lingkup ECS atau tidak. Setelah itu, tenaga ahli dari ECS akan memutuskan apakah bisa langsung dilakukan sesi konsultasi. Tenaga pendukung dan tenaga ahli dari ECS kemudian mengatur jadwal pelaksanaan sesi konsultasi dengan pelaku UMKM Jawa Timur. Pelaksanaan sesi konsultasi sendiri dilakukan oleh tenaga ahli dan pelaku UMKM

⁶⁸ Layanan Informasi, "Export Cent. Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsult. Dan Inf. Mengenai Pasar Ekspor."

Jawa Timur.⁶⁹

Ketika sesi konsultasi telah selesai, pelaku UMKM Jawa Timur akan diarahkan untuk mengisi kuesioner kepuasan pelanggan atas layanan konsultasi yang telah diberikan. Kuesioner tersebut kemudian akan dinilai hasilnya oleh tenaga ahli dari ECS. Sebagai tahapan penutup dalam alur layanan konsultasi, baik tenaga ahli maupun tenaga pendukung dari ECS akan mengevaluasi dan memantau hasil dari layanan konsultasi yang telah dilaksanakan.⁷⁰ Berikut gambar alur layanan konsultasi yang ditawarkan oleh ECS.



Gambar 4. 2 Alur Layanan Konsultasi ECS

Sumber: <https://ftacenter.kemendag.go.id/alur-layanan-konsultasi-fta-center>

3. Layanan Advokasi

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰“Alur Layanan Sosialisasi FTA Center.”

Selain layanan informasi dan layanan konsultasi, ECS juga menyediakan layanan advokasi bagi pelaku UMKM Jawa Timur agar dapat menembus pasar ekspor. Layanan advokasi ini pada dasarnya adalah pendampingan atau pemberian bantuan pada saat terjadi sesuatu hal di luar perencanaan pelaku UMKM Jawa Timur dalam menembus pasar ekspor. Dengan kata lain, ketika pelaku UMKM Jawa Timur menghadapi suatu permasalahan ekspor dan dalam konteks perjanjian perdagangan bebas, maka ECS akan memfasilitasi pelaku UMKM Jawa Timur mulai dari mendengarkan keluhan, berkoordinasi dengan negara tujuan ekspor di negara mitra ECS hingga memberikan solusi penyelesaian permasalahan.⁷¹

Secara lebih spesifik, layanan advokasi yang disediakan oleh ECS ini bertujuan untuk mendampingi pelaku UMKM Jawa Timur yang mendapatkan kendala dalam konteks hambatan non-tarif yang kemudian membutuhkan tindak lanjut dengan melibatkan pihak eksternal di luar negeri. Mekanisme layanan advokasi yang disediakan oleh ECS ini tidak bersifat mengikat melainkan lebih bersifat konsultatif dengan target memberikan solusi yang cepat dan efektif bagi pelaku UMKM Jawa Timur.⁷²

Dalam memberikan layanan advokasi, alur yang digunakan oleh ECS adalah berorientasi pada pengaduan atau keluhan yang

⁷¹ Wahyu Kusuma Hadi, "Wawancara Oleh Penulis," 4 Januari 2023

⁷² Layanan Advokasi, "Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor," *blogspot.com*, n.d.

dihadapi oleh pelaku UMKM Jawa Timur sehingga alurnya dimulai dari pelaku UMKM Jawa Timur menyampaikan permasalahan yang sedang dihadapi kepada pihak ECS untuk kemudian dapat diberikan layanan advokasi. Setelah itu, pihak ECS menerima pengaduan dari pelaku UMKM Jawa Timur tersebut dan menugaskan tenaga ahli untuk memeriksa kelengkapan data pelaku UMKM Jawa Timur yang menyampaikan pengaduannya serta mulai menganalisis jenis permasalahan yang dihadapi apakah merupakan ranah yang dapat didampingi oleh ECS atau tidak. Jika merupakan ranah kerja ECS, maka selanjutnya tenaga ahli dari ECS akan melakukan analisis lanjutan yang bertujuan untuk memberikan solusi yang tepat.

Setelah ditentukan solusinya, pihak ECS akan menyampaikan kepada pelaku UMKM Jawa Timur dan proses advokasi atau pendampingan mulai berjalan. Pelaku UMKM Jawa Timur selanjutnya diarahkan untuk mengisi kuesioner kepuasan pelanggan terhadap layanan advokasi yang telah berjalan. Selanjutnya tenaga ahli dari ECS akan menilai hasil kuesioner. Terakhir, tenaga ahli bersama dengan tim pengelola dari ECS melakukan pemantauan serta evaluasi hasil dari layanan advokasi.⁷³ Berikut gambar alur layanan advokasi yang ditawarkan oleh pihak ECS kepada pelaku UMKM Jawa Timur yang sedang menghadapi permasalahan dalam urusan ekspor dan perjanjian perdagangan

⁷³ Ibid.

bebas.



Gambar 4.3 Alur Layanan Advokasi ECS

Sumber: <https://ftacenter.kemendag.go.id/alur-layanan-advokasi-fta-center>

D. Upaya ECS dalam Mendampingi UMKM Jawa Timur Menembus Pasar Ekspor

1. Internasionalisasi UMKM Jawa Timur oleh Export Center Surabaya

Sebagai institusi yang bertugas mendampingi para UMKM Jawa Timur untuk menembus pasar ekspor, maka internasionalisasi merupakan hal utama yang dilakukan oleh ECS. Internasionalisasi sendiri adalah upaya memasuki pasar internasional dengan mempertimbangan perbedaan antara situasi domestik dan situasi luar negeri.⁷⁴ Apa yang dilakukan oleh ECS dalam rangka internasionalisasi dapat terlihat dari kegiatan dan programnya sebagaimana dibahas pada

⁷⁴ Zelal Ates dan Christiane Prange, "Customer Participation in Firms' Internationalization Strategy: Linking AAA to CCC."

bagian sebelumnya dalam mendukung aktivitas ekspor dari UMKM.⁷⁵ Proses internasionalisasi dapat terjadi atas dorongan dari faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor pertama yang dapat membantu terwujudnya internasionalisasi dalam konteks bisnis internasional adalah faktor pendorong internal. Faktor pendorong internal terdiri dari beberapa indikator seperti komitmen perusahaan untuk memasuki pasar internasional, upaya perusahaan dalam membangun citra dan reputasi di hadapan konsumen internasional, dan upaya memperbesar margin keuntungan internasional, mencari sumber faktor produksi yang lebih terjangkau.⁷⁶

Dalam hal komitmen memasuki pasar internasional, ECS sebagai pendamping UMKM Jawa Timur berperan melalui fungsi layanan informasi untuk menyampaikan kepada pelaku UMKM Jawa Timur melalui sosialisasi mengenai pentingnya komitmen yang kuat sebelum masuk ke dalam pasar internasional. Komitmen yang kuat ini dimulai dari penciptaan produk atau komoditas yang sesuai dengan standard ekspor yang telah ditetapkan oleh negara tujuan ekspor.⁷⁷

Selanjutnya, setelah berkomitmen hal berikutnya yang perlu diperhatikan adalah terkait citra atau reputasi internasional. Melalui

⁷⁵ Wahyu Kusuma Hadi, "Wawancara Oleh Penulis," 4 Januasri 2023

⁷⁶ W. J. Keegan & Green M C, *Global Marketing*, Ed 7 (United Kingdom: Pearson Higher Education, 2013).

⁷⁷ Wahyu Kusuma Hadi, "Wawancara Oleh Penulis," 4 Januasri 2023

panduan ekspor dan pendampingan ekspor yang disediakan oleh ECS, UMKM Jawa Timur didorong untuk memastikan secara keseluruhan aktivitas ekspor berjalan dengan baik mulai dari konsistensi kualitas produk, kemasan, masa produksi dan pengiriman yang selalu tepat waktu, hingga etika transaksi yang selalu terjaga. Disamping itu ECS yang bekerja sama dengan kemendag juga berupaya melakukan internasionalisasi produk dari UMKM melalui perwakilan perdagangan luar negeri yaitu ITPC (*Indonesian Trade Promotion Center*).

ITPC merupakan lembaga perwakilan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia non profit dibawah pembinaan Direktorat jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJ PEN). Dibentuknya ITPC di luar negeri memiliki tujuan untuk membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia dan negara lain. Upaya internasionalisasi dengan memanfaatkan fasilitas ITPC tersebut telah dilakukan ECS pada salah satu UMKM binaanya yakni Indigo Sejahtera. Pada kegiatannya CV Indigo Sejahtera melakukan ekspor produknya ke Jeddah, Arab Saudi. Dalam membantu kegiatan ekspornya tersebut ECS menggunakan ITPC Jeddah yang selanjutnya ITPC Arab Saudi membantu pemberian informasi mengenai peluang bisnis di Arab Saudi kepada CV Indigo Sejahtera dan sebaliknya pemberian informasi mengenai potensi produk ekspor Indonesia kepada importir di Arab Saudi. Akhirnya telah ditemukan produk mie telur dari CV Indigo Sejahtera dapat berpotensi ekspor ke Arab Saudi.

Setelah penentuan produk ekspor dari CV Indigo Sejahtera tersebut, ITPC Jeddah melakukan penetrasi pasar, pelayanan informasi dan promosi ekspor produk dari CV Indigo Sejahtera serta pelayanan kepada dunia usaha melalui beberapa upaya. Pertama, melakukan promosi produk mie telur dengan memberikan fasilitas pada CV Indigo Sejahtera untuk berpartisipasi dalam pameran bertaraf internasional. Kedua, membuat jejaring dengan organisasi terkait dengan perdagangan. Ketiga membantu mencari CV Indigo Sejahtera importir di Arab Saudi. Keempat, membantu CV Indigo Sejahtera mengembangkan pasarnya di Jeddah/Arab Saudi. Kelima, melakukan *market intelligence* terhadap kebijakan perdagangan di Arab Saudi. Keenam, memfasilitasi CV Indigo Sejahtera melakukan pertemuan bisnis antara importir dan eksportir. Terakhir, menyediakan *market brief*, data statistik importir di Arab Saudi. Pada proses ekspor produk mie telur milik Indigo Sejahtera ke Jeddah, Arab Saudi ini, ECS benar-benar melakukan pendampingan pada Indigo Sejahtera dari segi menjaga citra dan reputasi, serta promosi melalui ITPC Arab Saudi. Dampaknya, konsumen Arab Saudi menyampaikan kepuasannya terhadap produk mie telur Indigo Sejahtera.⁷⁸

⁷⁸ Iqbal Akbarudhin, CV Indigo Sejahtera “Wawancara Oleh Penulis,” 30 Desember 2022.



Gambar 4. 4 Pelepasan Ekspor Perdana CV Indigo Sejahtera
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/CiAMT9BSnN/>

Dari sisi memperbesar margin keuntungan di pasar internasional, harga yang ditawarkan oleh UMKM Jawa Timur menjadi faktor penting. Sebagai contoh, ketika UMKM Dadi Berkah Berjaya melakukan ekspor cangkang kerang ke Tiongkok, ECS dalam menjalankan peran layanan konsultasi menyarankan terkait harga yang ditetapkan untuk pasar Tiongkok adalah dua kali lipat lebih mahal daripada harga yang biasa diterapkan di Indonesia. Hal ini berdampak pada peningkatan margin yang diterima oleh UMKM Dadi Berkah Berjaya di pasar ekspor dibanding di pasar domestik.⁷⁹

⁷⁹ Enggal Ridho, "Wawancara Oleh Penulis," 12 November 2022.



Gambar 4. 5 Pelepasan Ekspor Perdana PT Dadi Berkah Berjaya
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cht7m9XJYqk/>

Pada faktor pendorong eksternal, yang terdiri dari analisis kehadiran kompetitor, kondisi sosial budaya, stabilitas politik, hingga iklim perekonomian, peran ECS sebagai pendamping UMKM dapat dengan jelas terlihat dari kegiatan pendampingan ekspor dan promosi ekspor serta layanan informasi. Misalnya, seperti yang terjadi pada Mitra Mulia Makmur sebagai UMKM yang memproduksi produk plastik premium untuk keperluan dapur dan kemasan serbaguna.

ECS sebagai pendamping UMKM Mitra Mulia Makmur dalam layanan informasi menyampaikan bahwa produk plastik premium di

pasar internasional, utamanya Filipina sebagai negara tujuan ekspor memiliki potensi yang baik walaupun secara persaingan terdapat beberapa produsen yang sudah terlebih dahulu melakukan ekspor produk plastik premium ke Filipina. Dengan demikian, jika tetap ingin melakukan ekspor ke Filipina, melalui kegiatan pendampingan ekspor, ECS menyampaikan kepada Mitra Mulia Makmur untuk membuat kualitas produk dan harga menjadi kompetitif. Hasilnya, UMKM Mitra Mulia Makmur memproduksi produk plastik premium yang berkualitas namun secara harga masih terbilang kompetitif untuk masuk Filipina sehingga pada akhirnya dapat berhasil menembus pasar ekspor Filipina dengan produknya.⁸⁰



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁸⁰ Nayla Achibaba, "Wawancara Oleh Penulis," 10 Februari 2023.



Gambar 4. 6 Pelepasan Ekspor PT Mitra Mulia Makmur
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/CeX4QD8v0RR/>

2. Penerapan Konsep AAA oleh Export Center Surabaya terhadap UMKM Jawa Timur dalam Menembus Pasar Ekspor

Selain internasionalisasi, peran ECS dalam mendampingi UMKM Jawa Timur menembus pasar ekspor juga dapat dianalisis menggunakan konsep strategi AAA yang dicetuskan Pankaj Ghemawat. Pada dasarnya apa yang dimaksud dengan konsep strategi AAA merujuk kepada serangkaian strategi yang perlu diterapkan ketika hendak memasuki pasar yang cakupannya lebih luas atau dalam hal ini pasar internasional. Serangkaian strategi itu dimulai dari adaptasi,

dilanjutkan dengan agregasi, dan diakhiri dengan arbitrase. Penerapan masing-masing strategi oleh ECS dan UMKM Jawa Timur akan diulas sebagai berikut.

a) Adaptasi

Pada tahapan strategi adaptasi, peran ECS sebagai pendamping para pelaku UMKM di Jawa Timur adalah dengan menerapkan *benchmarking*. *Benchmarking* yang dimaksud di sini adalah dengan menentukan ambang batas kebutuhan di luar negeri seperti apa lalu kemudian disesuaikan dengan pola produksi di dalam negeri. Sebagai contoh, pada kasus pendampingan ekspor yang dilakukan oleh ECS terhadap Tropi Loka Exportindo, UMKM asal Sidoarjo yang memproduksi arang briket berbahan dasar kayu dengan tujuan ekspor Australia.

Pada awal proses ekspor, ECS melakukan pendataan berdasarkan pasar dan kebutuhan Australia sebagai importir arang briket. Dan dari pendataan tersebut, kemudian diterapkan *benchmarking* bahwa produk arang briket yang bisa diekspor ke Australia adalah yang berbahan dasar kayu, terkecuali kayu bakau. Artinya, dalam hal ini baik ECS maupun UMKM Tropi Loka Exportindo menjalankan strategi adaptasi dengan tidak memproduksi arang briket yang berbahan kayu bakau karena Australia tidak menerima produk tersebut sama sekali. Adapun alasan dari Australia adalah bahwa pemanfaatan kayu bakau untuk

arang briket adalah tindakan yang tidak ramah lingkungan dan justru cenderung menimbulkan dampak degradasi lingkungan yang cukup fatal.⁸¹



Gambar 4. 7 Pelepasan Ekspor Perdana Tropi Loka Exportindo
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CkxoodFpy2m>

Penyesuaian yang dilakukan tersebut di atas secara teoritis merujuk pada bentuk adaptasi yang berfokus pada kategori khususnya pada produk sebagai cara untuk mengurangi dampak

⁸¹ I. D. Cresswell dan V. Semeniuk, "Australian Mangroves: Their Distribution and Protection," *Coastal Research Library* 25, no. 1 (2018): 3–22.

perbedaan antar wilayah⁸² dalam hal ini Indonesia dan Australia. Hal ini dikarenakan di Indonesia, perhatian terhadap penggunaan kayu bakau tidak seserius perhatian yang diberikan oleh Australia terhadap pemanfaatan kayu bakau terutama untuk dijadikan arang briket.

Contoh kasus lain terkait penerapan strategi adaptasi yang diterapkan oleh ECS bersama dengan UMKM adalah pada ekspor komoditas makanan ringan *popcorn* yang dilakukan oleh Omaku, UMKM asal Blitar. Omaku tercatat melakukan ekspor *popcorn* ke Taiwan senilai 5.800 dolar AS atau setara 87 juta rupiah.⁸³

Dalam ekspornya, Omaku yang didampingi ECS menerapkan strategi adaptasi dengan fokus pada kategori inovasi.⁸⁴ Adapun bentuk inovasi yang dilakukan untuk menyesuaikan dengan pasar dan permintaan konsumen di Taiwan adalah dengan membuat varian *popcorn* yang terdiri dari berbagai macam rasa, serta kemasan yang bisa dapat dikonsumsi berkali-kali dalam artian ketika satu kemasan *popcorn* sudah dibuka namun tidak habis dalam satu kali konsumsi, maka bisa disimpan dengan aman menggunakan kemasan yang sama. Hal ini menyesuaikan dengan permintaan konsumen di Taiwan yang lebih sering mengonsumsi cemilan dalam jumlah

⁸² Pankaj Ghemawat, *Redefining global strategy: Crossing borders in a world where differences still matter* (Boston: Harvard Business School Press, 2007).

⁸³ idxchannel, "Dua UKM Asal Jatim Sukses Ekspor Produk Ke Taiwan," <https://www.idxchannel.com/>, n.d.

⁸⁴ Muhammad Milano, UD Omaku "Wawancara Oleh Penulis," 21 Februari 2023.

kecil.



Gambar 4. 8 Pelepasan Ekspor Perdana Omaku
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CdZ5ZizPJgD/>

b) Agregasi

Selain strategi adaptasi, strategi berikutnya adalah agregasi yang dimaknai sebagai upaya menciptakan skala ekonomi (*scale of economy*) dan cakupan ekonomi (*scope of economy*). Dalam pengertian lain strategi agregasi cenderung bertolak belakang dengan strategi adaptasi. Jika adaptasi berfokus pada menyesuaikan dengan perbedaan, agregasi justru mengeksplorasi persamaan yang

ada antara produsen dan konsumen.⁸⁵

Adapun bentuk nyata yang kerap dilakukan oleh ECS terkait strategi agregasi adalah dengan rutinnya menyelenggarakan *business matching*. *Business matching* sendiri merupakan upaya mempertemukan beberapa pihak dalam satu rangkaian transaksi bisnis agar dapat berjalan dari hulu ke hilir secara lancar. Adapun pihak-pihak yang dipertemukan mulai dari pelaku usaha, kandidat mitra distribusi, mitra penyalur, mitra investor, dan mitra pendanaan.⁸⁶



Gambar 4. 9 Business Matching ECS

Sumber: <https://www.instagram.com/p/CIIRvJvJBL9/>

⁸⁵ Zelal Ates dan Christiane Prange, "Customer Participation in Firms' Internationalization Strategy: Linking AAA to CCC."

⁸⁶ Kurniadi dan Syafei Ibrahim, "Business Matching Model," *International Journal of Business Information Systems Strategies* 10, no. 1/2/3/4 (n.d.): 1–18.



Gambar 4. 10 Pertemuan ECS dengan Tiongkok dalam rangka Business Matching

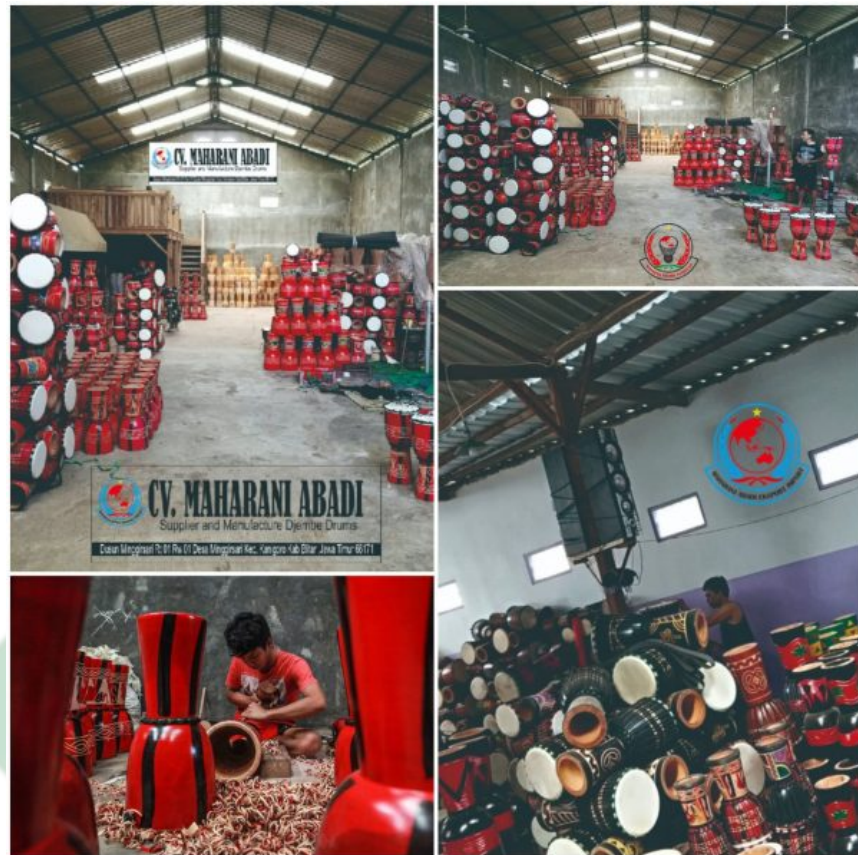
Peran ECS dan UMKM Jawa Timur dalam menerapkan strategi agregasi dapat dilihat pada studi kasus ekspor yang dilakukan oleh UMKM Maharani Abadi dengan produk alat musik dan kesenian perkusi Gendang Djimbe. Produk tersebut diekspor ke Tiongkok. Secara strategi agregasi, sebelum menuju pasar ekspor Maharani Abadi memang sudah memproduksi produk alat musik dan kesenian perkusi Gendang Djimbe tersebut di atas, namun ketika berkeinginan untuk menembus pasar ekspor, ECS menjalankan peran layanan konsultasi dan pendampingan ekspor dengan mencari persamaan antara produk Maharani Abadi dan pasar

atau konsumen internasional.

Setelah itu, ditemukanlah informasi bahwa Tiongkok merupakan negara yang tepat untuk mengekspor produk alat musik dan kesenian perkusi Gendang Djimbe dari Maharani Abadi karena konsumen di Tiongkok menggunakan Djimbe tidak hanya untuk alat kesenian musik semata tetapi juga untuk digunakan dalam kegiatan pembelajaran anak-anak di tingkat sekolah dasar hingga menengah.⁸⁷ Atas informasi tersebut, Maharani Abadi dengan beragam varian produk alat musik dan kesenian perkusi Gendang Djimbe mulai melakukan ekspor perdana ke Tiongkok dengan mengirimkan seluruh varian produk.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁸⁷“Permasalahanan Bahan Baku Kendang Jimbe Di Blitar - Tabloid Mata Hati,” n.d.



Gambar 4. 11 Produk Ekspor Maharani Abadi

Sumber: <https://cdkmalang.dishut.jatimprov.go.id/product/kayu-maharani-abadi-cv/>

Contoh lain pengimplementasian strategi agregasi oleh ECS dan UMKM Jawa Timur adalah pada aktivitas ekspor yang dilakukan oleh Koperasi Produsen Energi Biomassa Indonesia dengan komoditas ekspor berupa pelet kayu ke Korea Selatan. Kesamaan antara produk pelet kayu yang dihasilkan oleh Koperasi Produsen Energi Biomassa Indonesia dengan pasar Korea Selatan terdapat pada dimensi non-geografis dalam kerangka ekonomi. Korea Selatan merupakan salah satu negara importir pelet kayu

terbesar karena memanfaatkan pelet kayu sebagai salah satu bahan bakar alternatif pada aktivitas industrinya dan penggunaannya terus mengalami peningkatan karena dinilai lebih efisien dan tidak memperparah situasi perubahan iklim.⁸⁸



Gambar 4. 12 Pelepasan Ekspor Perdana Koperasi Produsen Energi Biomassa Indonesia

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cd-TdXsvlgw/>

c) Arbitrase

Strategi selanjutnya yang dijalankan ECS terhadap UMKM Jawa Timur dalam menembus pasar ekspor adalah strategi arbitrase.

⁸⁸ Robert Ireland, "The Rise of Utility Wood Pellet Energy in the Era Of Climate Change," United States International Trade Commission, 2022.

Berseberangan dengan strategi agregasi yang mengeksploitasi persamaan, arbitrase justru mengeksploitasi perbedaan dalam implementasinya. Adapun perbedaan yang dieksploitasi umumnya adalah perbedaan ekonomi sehingga dari selisih atau perbedaan tersebut dapat diambil keuntungan.⁸⁹

Dalam penerapannya di lapangan, strategi arbitrase yang dijalankan oleh ECS dan UMKM dapat terdeteksi dengan jelas pada studi kasus ekspor yang dilakukan oleh UMKM Pareto Estu Guna dalam mengekspor keripik singkong ke negara tetangga, Malaysia. UMKM Pareto Estu Guna yang berbasis di Bojonegoro atas bantuan dan pendampingan dari ECS menerapkan strategi arbitrase. Bentuk penerapannya adalah berangkat dari fakta bahwa harga singkong di Malaysia yang terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020 karena kapasitas produksi dan hasil panen yang menurun konsisten dan drastis.⁹⁰

Memanfaatkan situasi tersebut dengan strategi arbitrase, harga singkong yang ada di Indonesia khususnya Bojonegoro lebih murah dengan kuantitas yang lebih banyak, maka ekspor produk singkong ke Malaysia adalah langkah strategis yang menguntungkan. Memanfaatkan selisih harga, ECS mendorong Pareto Estu Guna untuk melakukan ekspor perdana keripik singkong

⁸⁹ Zelal Ates dan Christiane Prange, "Customer Participation in Firms' Internationalization Strategy: Linking AAA to CCC."

⁹⁰ Knoema, "Production Statistics - Crops, Crops Processed - Knoema.Com," n.d.

ke Malaysia pada tahun 2022. Strategi arbitrase termanfaatkan dengan baik di sini, karena Pareto Estu Guna memproduksi keripik singkong dengan harga bahan baku yang lebih murah di Bojonegoro lalu dijual ke Malaysia dengan harga yang lebih tinggi. Selisih harga tersebut berbuah keuntungan ekonomi bagi Pareto Estu Guna.



Gambar 4. 13 Pelepasan Ekspor Perdana Pareto Estu Guna
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CmtQcqRJBda/>

Studi kasus lain penggunaan strategi arbitrase yang dilakukan oleh ECS dan UMKM Jawa Timur dapat juga dilihat pada fenomena ekspor yang dilakukan oleh CMN Internasional, sebuah

UMKM yang bermarkas di Sidoarjo dengan mengekspor produk berupa kemasan plastik premium berkualitas tinggi ke Mauritius. Sebenarnya CMN Internasional sebagai UMKM sudah pernah melakukan ekspor sebelumnya ke negara lain yakni Filipina, namun dalam sudut pandang strategi arbitrase, upaya ekspor produk plastik premium ke Filipina adalah salah satu langkah yang kurang bijak karena di iklim persaingan ekspor produk sejenis di Filipina sudah cukup ramai sehingga sulit untuk memaksimalkan margin. Bahkan, plastik menjadi limbah penyumbang polusi lingkungan terbesar di Filipina.⁹¹

Oleh sebab itu, dalam pembahasan strategi arbitrase kali ini lebih tepat untuk melihat Mauritius sebagai negara tujuan ekspor produk plastik premium dari CMN Internasional. Hal ini dikarenakan di Mauritius, produk kemasan plastik premium terbilang mahal dan jumlah penawarannya sedikit sementara permintaannya banyak.⁹² Dengan demikian secara strategis, keputusan untuk melakukan ekspor produk dari CMN Internasional ke Mauritius adalah hal yang tepat. ECS dapat dikatakan telah memainkan peran yang signifikan dalam mendampingi CMN

⁹¹ ECS, "Selayang Pandang Tentang Export Center Surabaya," Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor, accessed May 11, 2023, <https://exportcentersurabaya.org/selayang-pandang-tentang-export-center-surabaya/>

⁹² Diana Barrowclough dan David Vivas Eugui, "Plastic Production and Trade in Small States and SIDS: The Shift Towards a Circular Economy," International Trade Working Paper (The Commonwealth, 2021).

Internasional untuk menembus pasar ekspor baru yang belum pernah dijamah sebelumnya.



*Gambar 4. 14 Ekspor Negara Tujuan Baru CMN Internasional
Sumber: https://www.instagram.com/p/CmtPqS_J75S/*

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Export Center Surabaya merupakan instansi pemerintah yang merupakan wujud implementasi dari visi misi untuk meningkatkan ekspor di Indonesia khususnya di wilayah Jawa Timur. Dalam upayanya mendampingi UMKM di wilayah Jawa Timur, ECS menjalankan tugasnya dengan baik sehingga peningkatan ekspor meningkat. Bentuk Internasionalisasi yang dilakukan dengan berprinsip pada dua hal utama yakni memaksimalkan faktor pendorong internal (memperkuat komitmen UMKM untuk memasuki pasar ekspor, membangun reputasi yang baik pada skala internasional dan memperbesar keuntungan melalui penggunaan faktor produksi yang lebih terjangkau) serta faktor pendorong eksternal (menganalisis pesaing dari berbagai negara, mengamati kondisi sosial budaya, stabilitas politik hingga stabilitas ekonomi).

Dalam strategi AAA, upaya ECS terlihat pada setiap komponen. Strategi Adaptasi berperan penting dalam hal *benchmarking* yang bermanfaat terhadap skala dan kualitas produksi barang ekspor oleh UMKM agar sesuai dengan permintaan pasar luar negeri sehingga terhindar dari penolakan karena barang yang diekspor sudah sesuai dengan standard dan kebutuhan pasar ekspor. Strategi Agregasi, tempat untuk ECS menghubungkan para UMKM dengan potensi pasar ekspor berdasarkan

kesamaan yang dimiliki keduanya. Kesamaan yang dimaksud adalah antara produk yang diproduksi oleh UMKM dengan permintaan pasar ekspor sehingga terjadi transaksi. Terakhir strategi Abritaase ECS menjalankan peran dengan melacak pasar ekspor yang memiliki potensi mendatangkan keuntungan lebih karena adanya perbedaan harga yang bisa dimanfaatkan. Dalam artian bahwa ECS mencari pasar di mana produk dari UMKM di wilayah Jawa Timur bisa dijual dengan harga yang lebih mahal karena di negara tersebut harga produk yang sama atau berbahan baku sama relatif lebih mahal.

Secara keseluruhan, dalam menjalankan upayanya mendampingi UMKM menembus pasar ekspor, ECS mengkolaborasikan proses internasionalisasi dan AAA dengan tiga layanan utama yang khusus dirancang untuk pelaku UMKM di wilayah Jawa Timur. Adapun tiga layanan itu adalah layanan informasi, layanan konsultasi, dan layanan advokasi. Kombinasi dari ketiganya pada akhirnya terbukti mampu membuat UMKM di wilayah Jawa Timur menembus pasar ekspor dengan berbagai jenis komoditas yang diproduksi.

B. Saran

Penelitian ini tentu belum sempurna sehingga perlu beberapa saran agar dapat menjadikan penelitian ini lebih baik. Adapun saran yang dapat peneliti berikan terkait upaya internasionalisasi oleh ECS dalam mendampingi UMKM di wilayah Jawa Timur menembus pasar ekspor adalah dengan lebih memaksimalkan layanan informasi karena masih

banyak UMKM yang berpotensi ekspor namun belum mengetahui informasi mengenai eksistensi ECS. Selain itu, memaksimalkan strategi arbitrase juga perlu dilakukan karena masih banyak negara yang dapat dijangkau oleh produk UMKM yang berbahan baku murah.

Selanjutnya terkait saran terhadap penelitian selanjutnya, bisa dilakukan penelitian mengenai upaya pendampingan ECS terhadap UMKM namun bukan yang berbasis di Jawa Timur melainkan di luar Jawa Timur. Hal ini dikarenakan ECS walaupun berbasis di Surabaya, Jawa Timur tetapi juga dapat menerima dan melayani UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Dengan demikian dapat lebih diketahui secara mendalam dan lebih luas bagaimana peran ECS sebagai organisasi yang memang dibentuk untuk mendorong peningkatan ekspor UMKM di Indonesia.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Artikel

- Aminy, Aisyah and Kartika Fithriasari, "Analisis Dampak Covid-19 Bagi UMKM di Jawa Timur," Seminar Nasional Official Statistics 2020, 2021, 15–22, <https://doi.org/https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.646>.
- Ates, Zelal dan Christiane Prange. "Customer Participation in Firms' Internationalization Strategy: Linking AAA to CCC." *Schmalenbach Business Review* 63, no. 3 (2011).
- Barrowclough, Diana dan David Vivas Eugui. "Plastic Production and Trade in Small States and SIDS: The Shift Towards a Circular Economy." International Trade Working Paper. The Commonwealth, 2021.
- Bau, David, et al. "Network Dissection: Quantifying Interpretability of Deep Visual Representation Seminar Report," 2017. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1704.05796>
- J, Calof & Beamish. "Adapting to Foreign Markets: Explaining Internationalization." *International Business Review* 4, no. 2 (1995).

Buku

- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Breuning, Marijke. *Role Theory in Politics and International Relations*. Oxford University Press, 2019.
- Cavusgil, S. *International Business: Strategy, Management, and The New Realities*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008.
- Carter, Ralph G. dan James M. Scott. *Choosing to Lead: Understanding Congressional Foreign Policy Entrepreneurs*. Duke University Press, 2009. <https://doi.org/10.2307/j.ctv111jhz8>.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 4. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ghemawat, Pankaj. *Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World Where Differences Still Matter*. Boston: Harvard Business School Press, 2007.
- Ghemawat, Pankaj dan Ken A. Mart. *Wal-Mart's International Expansion Case NI-705-486*. Boston: Harvard Business School Press, 2005.

- Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane, Hoskisson, Robert E. *Strategic Management Competitiveness & Globalization: Concepts & Cases*. 11th ed. Stamford: Cengage Learning, 2015.
- Ireland, Robert. "The Rise of Utility WoodPellet Energy in the Era OfClimate Change." United States International Trade Commission, 2022.
- Jane, O. "Proses Internasionalisasi Perusahaan: Desain Strategi & Organisasi (Studi Kasus UKM Di Kota Bandung)," 2012.
- KNEKS. "Strategi Percepatan Ekspor Produk Halal Usaha Kecil Dan Menengah Indonesia." Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021.
- Mackenzie, Jessica & Rebecca Gordon. *Studi Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Australi aid, 2016.
- Mas'oed, Mohtar. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 1994.
- Miles, M. B. and M. Huberman, *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia, 1992.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja ROsdakarya, 2011.
- Munandar, Utami. *Kreativitas dan Kebakatan*. Jakarta:Grasindo Pustaka Utama, 1995.
- Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Ngajenan, Muhammad. *Kamus Etihsmologi Bahasa Indonesia*. Semarang: Dahara Prizze,1990.
- Sari, Erika Sukma, Hoirun Nisyak, And Indra Tamsyah. "Strategi Ekspansi Pt Ruang Raya Indonesia Di Vietnam." Sriwijaya University, 2021.
- Soekanto, Soerjono. *Elit Pribumi Bengkulu*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Torsina. *Usaha Restoran Yang Sukses*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer, 2000.
- Whadcock, Ian. *Managing Differences: The Central Challenge of Global Strategy*. March: Harvard Business Review, n.d.
- W. J, Keegan., & Green, M. C. *Global Marketing*. Ed 7. United Kingdom: Pearson Higher Education, 2013.

Jurnal

- Andadari, R.K. *Local Clusters in Global Value Chains A Case Study of Wood Furniture Clusters in Central Java (Indonesia)*. Amsterdam: Timbergen

Institute Research, 2008.

- Adrian, Adi. "Empowerment Strategies Of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMEs) To Improve Indonesia Export Performance." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research* 2, no. 4 (2018).
- Anisykurlillah, Indah, Agus Wahyudin, dan Kustiani. "Pengaruh Role Stressor Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Kantor Akuntan Publik (KAP) Di Jawa Tengah." *Jurnal Dinamika Akuntansi* 5, no. 2 (2013).
- Cresswell, I. D. dan V. Semeniuk. "Australian Mangroves: Their Distribution and Protection." *Coastal Research Library* 25, no. 1 (2018): 3–22.
- Hasan, Golan, et al., "Analisis Strategi Ekspansi PT Adaro Energy Tbk Pada Negara India," *SEIKO: Journal of ...* 5, no. 1 (2022): 532–48, <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1760>.
- I.B.G, Pujaastawa. "Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi." Universitas Udayana Bali, 2016.
- I.N, Rachmawati. "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40.
- Kurniadi & Syafei Ibrahim. "Business Matching Model." *International Journal of Business Information Systems Strategies* 10, no. 1/2/3/4 (n.d.).
- Lincoln, Karen D et.al. "Social Support, Traumatic Events, and Depressive Symptoms Among African Americans." *Journal Of Marriage and Family* 67, no. 3 (2005).
- Leon, Winson, Renza Fahlevi, and Golan Hasan. "Nalisis Strategi Pemasaran Internasional Dan Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Ekspansi PT. Sat Nusapersada, Tbk Ke Negara Thailand." *Jurnal Mirai Manajemen* 7, no. 1 (2022).
- M, Maulidya. "Analisis Strategi Ekspansi Pemasaran Global Dalam Kebijakan Produk." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 1 (2023).
- Massin, Olivier. "Towards a definition of efforts," *Motivation Science* 3, no 3 (2017):230-259
- Nassaji, Hossein. "Qualitative and Descriptive Research: Data Type versus Data Analysis. Language Teaching Research." *Language Teaching Research* 19, no. 2 (2015).
- Purboningrum, Elok Lestyani. "Analisis Strategi Ekspansi Dalam Pengembangan Bisnis Di Pasar Global (Studi Kasus Pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Akuisisi Thang Long Cement Company Di Vietnam)." Universitas Brawijaya, Malang, 2018.
- Rasbin. "Trategi Meningkatkan Ekspor Produk-Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Indonesia: Studi Kasus Di Kabupaten Sleman Dan Kota Surabaya." *Kajian Menjembatani Teori Dan Persoalan Masyarakat Dalam*

Rumusan Kebijakan 24, no. 3 (2019).

Steele, James. "What is (perception of) effort? Objective and subjective effort during attempted task performance," *PsyArxiv* 4, (2021): 1-49.

Suhairi. "Strategi Pemasaran Produk Indomie (Pt Indofood Sukses Makmur) Dalam Pasar Internasional." *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 1, no. 1 (2022).

Suhairi dkk. "Analisis Strategi Pemasaran Umkm Dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus Umkm The Bloom Andaliman Artisan Tea)" 2, no. 1 (2023).

T. S, Manolova., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. "In Good Company: The Role of Personal and Inter-Firm Network for New-Venture Internationalization in a Transition Economy." *Journal of World Business* 45, no. 3 (2010).

Website

"Alur Layanan Sosialisasi FTA Center." Accessed May 21, 2023. <http://ftacenter.kemendag.go.id/alur-layanan-sosialisasi-fta-center>.

"Bupati Sidoarjo Lepas Ekspor Hasil Makanan Olahan UMKM Produk CV Indigo Sejahtera Lebo Ke Jeddah Dan Arab Saudi." Accessed February 13, 2023. <https://republikjatim.com/baca/bupati-sidoarjo-lepas-ekspor-hasil-makanan-olahan-umkm-produk-cv-indigo-sejahtera-lebo-ke-jeddah-dan-arab-saudi>.

ECS. "Selayang Pandang Tentang Export Center Surabaya." Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor. Accessed May 11, 2023. <https://exportcentersurabaya.org/selayang-pandang-tentang-export-center-surabaya/>.

idxchannel. "Dua UKM Asal Jatim Sukses Ekspor Produk Ke Taiwan." <https://www.idxchannel.com/>. Accessed May 21, 2023. <https://www.idxchannel.com/economics/dua-ukm-asal-jatim-sukses-ekspor-produk-ke-taiwan>.

Kemendag RI, Siaran Pers "Export Center Surabaya, Upaya Pemerintah Perkuat UKM Jawa Timur Tembus Pasar Global" accessed February 13, 2023, <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/export-center-surabaya-upaya-pemerintah-perkuat-ukm-jawa-timur-tembus-pasar-global>.

Knoema. "Production Statistics - Crops, Crops Processed - Knoema.Com." Accessed May 21, 2023. <https://knoema.com//FAOPRDSC2020/production-statistics-crops-crops-processed?tsId=1208040>.

Layanan Advokasi. "Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor." blogspot.com. Accessed May 21, 2023. <https://exportcentersurabaya.org/layanan-advokasi/>.

Layanan Informasi. "Export Center Surabaya | Layanan Publik Untuk Konsultasi Dan Informasi Mengenai Pasar Ekspor." blogspot.com. Accessed May 21, 2023. <https://exportcentersurabaya.org/layanan-informasi/>.

- “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.” Accessed February 13, 2023. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>.
- “Permasalahan Bahan Baku Kendang Jimbe Di Blitar - Tabloid Mata Hati.” Accessed May 12, 2023. <https://tabloidmatahati.com/permasalahan-bahan-baku-kendang-jimbe-di-blitar/>.
- “SURVEI INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT (IKM).” Accessed February 13, 2023. https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/statistik.
- Rejosari.semarangkota.go.id. “UMKM.” Accessed November 4, 2022. <https://rejosari.semarangkota.go.id/umkm#:~:text=MenurutRudjito%2C%20pengertian%20UMKM%20adalah,maupun%20dari%20sisi%20jumlah%20usahanya>.
- United Nations. “UN Comtrade Database,” 2022. <https://comtrade.un.org/>.
- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>.

Wawancara

- Wawancara dengan Wahyu Kusuma Hadi selaku Ketua Bidang Pengembangan UMKM Export Center Surabaya pada 4 Januari 2023.
- Wawancara Salsabil Rifqi Qatrunnada staff Export Center Surabaya pada 7 Januari 2023.
- Wawancara dengan Enggal Ridho. selaku staff PT Dadi Berkah Berjaya Pada 12 Januari 2022.
- Muhammad Milano selaku Pemilik UMKM UD Omaku Blitar pada 21 Februari 2023.
- Nayla Aqila selaku Staff PT Mitra Mulia Makmur pada 10 Februari 2023.
- Iqbal Akhbarudhin selaku Quality Assurance CV Indigo Sejahtera pada 30 Desember 2022.