

Strategi Ekspor Produk Umkm Damara Jombang Dalam Menembus Pasar Internasional Pada Tahun 2018 – 2025

Isna Nur Faiza¹, Libia Angger Amelya², Syarifah Mastora Salsabila³, Megahnanda Alidyan K.⁴

Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik, Hubungan Internasional, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: isnafaizaa743@gmail.com¹, libiaamelya@gmail.com², salsasalsabila0129@gmail.com³, megahnanda.hi@upnjatim.ac.id⁴

Article History:

Received: 01 Agustus 2026

Revised: 08 Agustus 2026

Accepted: 17 Agustus 2026

Keywords: Strategi Ekspor, UMKM, Damara Jombang, Pasar Internasional, Ekspor Produk Olahan Pisang.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi ekspor yang diterapkan oleh UMKM Damara Jombang dalam menembus pasar internasional pada periode 2018–2025. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan konsep strategi ekspor UMKM yang dikembangkan oleh Arham dan Firmansyah (2021), yang terdiri atas sembilan indikator, yaitu pelatihan, peningkatan promosi, kemudahan akses modal, penerapan teknologi informasi dan komunikasi, standarisasi produk, peningkatan inovasi produk, dukungan kebijakan pemerintah, pemeringkatan UMKM, dan penyederhanaan prosedur ekspor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Damara Jombang dalam memasuki pasar internasional didukung oleh partisipasi aktif dalam berbagai program pelatihan, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, dukungan permodalan dan pembinaan pemerintah, penerapan teknologi informasi dalam pemasaran dan komunikasi bisnis, serta inovasi produk yang berkelanjutan. Selain itu, keterlibatan dalam program pembinaan Export Center Surabaya memberikan kemudahan dalam proses ekspor dan perluasan jaringan pasar internasional. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi ekspor yang terintegrasi antara faktor internal dan eksternal menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan memperluas akses ke pasar global.

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi saat ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional adalah sektor ekspor (Zahra Salsabila, 2025). Dalam pelaksanaan ekspor, penting diterapkannya strategi ekspor yang tepat agar produk mampu bersaing di pasar internasional serta dapat menyesuaikan dengan dinamika perdagangan global, yang disebut strategi ekspor ialah bentuk upaya sebuah perusahaan dalam memperluas pemasaran produk ke luar negeri melalui pendekatan

terhadap negara tujuan ekspor (Arham & Firmansyah, 2021).

Secara umum, pelaku UMKM menghadapi berbagai hambatan dalam menembus pasar internasional. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses permodalan, rendahnya kapasitas produksi yang memenuhi standar internasional, kendala sertifikasi dan standarisasi mutu produk, keterbatasan pemahaman terhadap regulasi negara tujuan, serta persoalan logistik dan distribusi global. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga oleh strategi ekspor yang tepat dan terintegrasi antara faktor internal dan eksternal (Ivada, et al., 2015).

Di tengah berbagai tantangan tersebut, UMKM Damara Jombang hadir sebagai fenomena yang menarik untuk dikaji. Damara Jombang merupakan usaha mikro berbasis industri rumahan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan berbahan dasar pisang dengan merek dagang DAMARA. Sejak berdiri pada tahun 2018 dan memperoleh legalitas usaha pada tahun 2020, Damara Jombang tidak hanya berkembang di pasar domestik, tetapi juga berhasil menembus pasar internasional. Produk seperti *Choco Banana Chip* serta beberapa varian snack lainnya telah dipasarkan ke negara seperti Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, hingga Afrika Selatan. Keberhasilan Damara Jombang sebagai UMKM berbasis industri rumahan dalam menembus pasar internasional menimbulkan pertanyaan akademik yang penting. Di tengah keterbatasan sumber daya yang umumnya dimiliki UMKM, Damara mampu melakukan ekspansi pasar luar negeri dalam kurun waktu relatif singkat. Fenomena ini menunjukkan adanya penerapan strategi tertentu yang memungkinkan UMKM tersebut beradaptasi dan bersaing di pasar global.

Penelitian mengenai strategi ekspor UMKM telah banyak dilakukan sebelumnya. Wulandari dan Rasyidah (2024) menemukan bahwa keberhasilan ekspor PT Legend Tren Internasional dipengaruhi oleh strategi inovasi produk, standarisasi mutu, dan promosi ekspor. Sementara itu, Manus, Pati, dan Rengkung (2022) menegaskan pentingnya peran pemerintah melalui pelatihan, promosi, subsidi, dan kebijakan yang mendukung kegiatan ekspor. Penelitian lain oleh Aini dkk. (2025) menunjukkan bahwa inovasi produk, penguatan branding, dan kolaborasi dengan distributor lokal menjadi faktor penting dalam keberhasilan ekspor UMKM ke pasar internasional. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada aspek strategi tertentu dan belum mengkaji strategi ekspor UMKM secara komprehensif menggunakan sembilan indikator strategi ekspor yang dikemukakan oleh Arham dan Firmansyah (2021).

Berdasarkan kajian literatur yang telah dipaparkan, strategi ekspor UMKM merupakan proses yang melibatkan berbagai aspek internal maupun eksternal yang saling berkaitan dalam mendukung keberhasilan penetrasi pasar internasional. Namun, implementasi strategi tersebut dapat berbeda pada setiap UMKM sesuai dengan karakteristik usaha, jenis produk, serta lingkungan bisnis yang dihadapi. Dalam konteks ini, UMKM Damara Jombang menawarkan fenomena yang menarik karena berhasil melakukan ekspansi pasar ke luar negeri melalui produk olahan pisang yang dihasilkan. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan strategi ekspor UMKM Damara Jombang berdasarkan sembilan indikator strategi ekspor yang dikemukakan oleh Arham dan Firmansyah (2021), sehingga dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mendukung keberhasilan UMKM dalam memasuki pasar global.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan konsep strategi ekspor yang dikembangkan oleh Arham dan Firmansyah (2021) melalui pendekatan bibliografi. Pendekatan bibliografi dilakukan dengan mengkaji dan mensintesis berbagai literatur yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan ekspor UMKM, sehingga menghasilkan sejumlah indikator yang dapat digunakan sebagai acuan dalam menganalisis strategi ekspor. Strategi ekspor adalah kombinasi antara

kesiapan internal perusahaan dan kemampuan membaca peluang serta tantangan eksternal, yang diwujudkan melalui kebijakan pemasaran internasional untuk meningkatkan daya saing di pasar global (Kamila, 2024).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Arham Firmansyah dengan pendekatan bibliografi, diidentifikasi sepuluh konsep strategi ekspor yang dapat diterapkan oleh UMKM, yaitu: pelatihan, peningkatan promosi, kemudahan akses modal, perbaikan infrastruktur, penerapan teknologi informasi dan komunikasi, standarisasi produk, peningkatan inovasi produk, dukungan kebijakan pemerintah, pemerinkkatan UMKM, serta penyederhanaan prosedur ekspor.

Namun demikian, dalam penelitian yang dilakukan pada UMKM Damara Jombang, penulis hanya mengadopsi sembilan konsep strategi ekspor, dengan mengecualikan indikator perbaikan infrastruktur. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa perbaikan infrastruktur, sebagaimana dijelaskan dalam pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah, mencakup upaya peningkatan sarana dan prasarana publik seperti pembangunan jalan, jembatan, serta fasilitas pendukung lainnya yang berfungsi untuk menunjang kelancaran aktivitas ekonomi, termasuk kegiatan ekspor.

Indikator tersebut bersifat makro dan berada di luar kendali langsung pelaku UMKM, karena merupakan domain dan tanggung jawab pemerintah pada tingkat regional maupun nasional. Oleh karena itu, indikator perbaikan infrastruktur tidak mencerminkan strategi yang dapat diimplementasikan secara langsung oleh UMKM Damara Jombang. Dalam konteks penelitian ini, Damara Jombang berperan sebagai pengguna dari infrastruktur yang telah tersedia, bukan sebagai pihak yang memiliki kapasitas untuk melakukan pembangunan atau perbaikan infrastruktur itu sendiri (Sukesti & Iriyanto, 2011).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis data kualitatif dimanfaatkan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena atau peristiwa secara mendalam berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan secara lebih rinci guna menjawab rumusan masalah (Yuliani, 2018). Dengan pendekatan ini, peneliti berusaha memahami berbagai strategi, proses, serta faktor pendukung yang digunakan oleh Damara Jombang dalam mengembangkan kegiatan ekspor produknya. Data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara dan studi dokumen yang diperoleh penulis, kemudian dianalisis serta penarikan kesimpulan sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi ekspor yang diterapkan.

Mengacu pada rumusan masalah, Penulis menetapkan jangkauan penelitian dalam analisis strategi ekspor UMKM Damara Jombang pada produk olahan Pisang pada tahun 2018 – 2025. . Pemilihan rentang waktu tersebut didasarkan pada fakta bahwa tahun 2018 menjadi langkah awal UMKM Damara Jombang dalam membangun strategi ekspor, yang ditandai dengan keikutsertaan dalam berbagai pelatihan dan pembinaan terkait ekspor produk UMKM. Selain itu, tahun tersebut juga menjadi awal mula berlangsungnya proses pengembangan dan pelaksanaan ekspor oleh UMKM Damara Jombang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa pengumpulan data primer dan sekunder dengan melakukan wawancara dan studi literatur dokumen. Wawancara merupakan instrumen pokok dalam penelitian kualitatif yang mencakup spektrum interaksi yang luas, mulai dari percakapan langsung (*face-to-face*), wawancara jarak jauh melalui telepon, hingga dinamika kelompok dalam *focus group discussion* (FGD), yang semuanya bertujuan untuk menggali kedalaman data partisipan. Sedangkan studi dokumen adalah metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan melalui analisis sistematis terhadap arsip tertulis, baik berupa dokumen publik seperti laporan resmi dan media massa, maupun dokumen pribadi seperti korespondensi dan catatan harian (Creswell & W, 2014). Pada penelitian ini, data primer didapatkan dari wawancara

dengan owner dari UMKM Damara Jombang. Sedangkan, data sekunder didapatkan dari jurnal atau penelitian dahulu mengenai strategi ekspor yang relevan digunakan oleh penulis untuk penelitian mengenai strategi ekspor UMKM Damara Jombang.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk membedah dan menginterpretasikan kedalaman makna serta perspektif yang dibangun oleh subjek penelitian terkait fenomena sosial atau kemanusiaan yang mereka alami (Creswell & W, 2014). Dalam penelitian ini, analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis strategi ekspor yang dilakukan oleh UMKM Damara Jombang dalam mengeksport produk olahan pisang ke pasar internasional, sehingga peneliti dapat memahami pola, strategi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan ekspor UMKM tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Ekspor

Strategi ekspor adalah kombinasi antara kesiapan internal perusahaan dan kemampuan membaca peluang serta tantangan eksternal, yang diwujudkan melalui kebijakan pemasaran internasional untuk meningkatkan daya saing di pasar global (Kamila, 2024). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Arham Firmansyah dengan pendekatan bibliografi, diidentifikasi sepuluh konsep strategi ekspor yang dapat diterapkan oleh UMKM, yaitu: pelatihan, peningkatan promosi, kemudahan akses modal, perbaikan infrastruktur, penerapan teknologi informasi dan komunikasi, standarisasi produk, peningkatan inovasi produk, dukungan kebijakan pemerintah, pemeringkatan UMKM, serta penyederhanaan prosedur ekspor.

Namun demikian, dalam penelitian yang dilakukan pada UMKM Damara Jombang, penulis hanya mengadopsi sembilan konsep strategi ekspor, dengan mengecualikan indikator perbaikan infrastruktur. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa perbaikan infrastruktur, sebagaimana dijelaskan dalam pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah, mencakup upaya peningkatan sarana dan prasarana publik seperti pembangunan jalan, jembatan, serta fasilitas pendukung lainnya yang berfungsi untuk menunjang kelancaran aktivitas ekonomi, termasuk kegiatan ekspor.

Indikator tersebut bersifat makro dan berada di luar kendali langsung pelaku UMKM, karena merupakan domain dan tanggung jawab pemerintah pada tingkat regional maupun nasional. Oleh karena itu, indikator perbaikan infrastruktur tidak mencerminkan strategi yang dapat diimplementasikan secara langsung oleh UMKM Damara Jombang. Dalam konteks penelitian ini, Damara Jombang berperan sebagai pengguna dari infrastruktur yang telah tersedia, bukan sebagai pihak yang memiliki kapasitas untuk melakukan pembangunan atau perbaikan infrastruktur itu sendiri (Sukesti & Iriyanto, 2011).

Pelatihan

pelatihan UMKM dipahami sebagai salah satu bentuk pengembangan usaha yang bertujuan meningkatkan kemampuan dan daya saing pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, seperti proses produksi, pemasaran produk, pengelolaan modal, hingga penguatan jaringan usaha dan pasar. Melalui pelatihan, UMKM diharapkan mampu menciptakan inovasi usaha, memperluas kesempatan kerja, serta meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Dari penjelasan penelitian Rasbin dan Ginting pelatihan dapat dilakukan melalui pola kemitraan antara pemerintah, lembaga pendidikan, industri, dan UMKM, sehingga tercipta dukungan yang saling berkaitan dalam pengembangan kapasitas usaha. Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami pelatihan sebagai strategi pemberdayaan dan peningkatan daya saing UMKM (Rasbin & Ginting, 2011).

Pelatihan berfungsi sebagai bentuk upaya untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola usaha yang berorientasi pada pasar internasional. Dengan adanya

.....

pelatihan, pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan dalam memahami proses yang harus dipenuhi dalam kegiatan ekspor. Pelatihan memberikan peran penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kebanyakan masih memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan dan pengalaman perdagangan internasional. Melalui kegiatan pelatihan, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman mengenai berbagai aspek yang berkaitan dengan kegiatan ekspor (Widyantini, 2019).

Salah satu pelatihan yang pertama kali diikuti oleh UMKM Damara Jombang adalah pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang pada tahun 2019. Melalui pelatihan tersebut, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dasar mengenai tahapan pemasaran dan penjualan produk, serta pemahaman terkait aspek legalitas pangan. Materi yang diberikan mencakup persyaratan perizinan produk makanan, standar keamanan pangan, serta ketentuan yang harus dipenuhi agar produk layak dan siap diedarkan kepada masyarakat. Pengetahuan tersebut menjadi bekal penting bagi UMKM Damara Jombang dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar mutu, keamanan, dan legalitas yang dipersyaratkan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang pemasaran produk.

Peningkatan Promosi

peningkatan promosi dipahami sebagai upaya strategis untuk memperluas pengenalan produk kepada konsumen melalui berbagai bentuk komunikasi pemasaran. Promosi bertujuan menarik minat pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing produk di tengah persaingan usaha. Dalam konteks UMKM, peningkatan promosi dilakukan dengan memanfaatkan media pemasaran yang lebih luas, baik secara langsung maupun melalui teknologi informasi seperti internet dan media digital. Kegiatan promosi juga berfungsi membangun hubungan dengan konsumen, memperkenalkan kualitas serta keunggulan produk, dan memperluas jangkauan pasar hingga tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM karena mampu meningkatkan visibilitas produk sekaligus memperbesar peluang ekspor dan pertumbuhan usaha. Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami peningkatan promosi sebagai strategi penguatan pemasaran dan daya saing UMKM (Fatmasari & Iriyanto, 2011)

Peningkatan Promosi dilakukan sebagai upaya untuk memperluas akses pasar produk UMKM ke tingkat internasional. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti, pemanfaatan media digital, partisipasi dalam pameran produk, serta penggunaan jaringan pemasaran yang lebih luas untuk memperkenalkan produk kepada konsumen luar negeri. Melalui kegiatan promosi produk dapat lebih dikenal oleh konsumen di pasar internasional, bagi pelaku usaha yang ingin menembus pasar global, promosi berperan dalam memperkenalkan keunggulan produk, membangun citra merek, serta jangkauan pemasaran ke berbagai negara (LSP UMKM & WI, 2025).

Pemberian Peningkatan promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Damara Jombang dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Pada tahap awal, promosi dilakukan secara sederhana melalui metode *word of mouth* (dari mulut ke mulut), yaitu dengan menawarkan produk kepada teman, kerabat, dan lingkungan sekitar yang telah dikenal. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, UMKM Damara Jombang mulai memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana promosi produk.

Pemanfaatan media digital dilakukan melalui unggahan pada fitur *story* WhatsApp, postingan pada akun Instagram, serta promosi melalui akun TikTok. Kehadiran media sosial tersebut memungkinkan UMKM Damara Jombang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Selain itu, UMKM Damara Jombang juga

telah memanfaatkan platform *e-commerce* melalui akun Tokopedia sebagai sarana pemasaran produk Choco Banana Chips, sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi dan melakukan pembelian produk.

Pemberian Kemudahan Akses Modal

pemberian kemudahan akses modal dipahami sebagai upaya mendukung pengembangan UMKM melalui penyediaan sumber pembiayaan yang lebih mudah dijangkau, baik dari lembaga keuangan, perbankan, maupun bantuan pemerintah. Akses modal menjadi faktor penting karena sebagian besar UMKM masih memiliki keterbatasan modal usaha dalam skala kecil, sehingga membutuhkan dukungan pembiayaan untuk meningkatkan produksi, inovasi, pemasaran, serta daya saing usaha. Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa kemudahan akses modal dapat dilakukan melalui kredit usaha, pendampingan permodalan, dan kebijakan pemerintah yang memberikan bantuan pembiayaan dengan proses yang lebih mudah dan terjangkau bagi pelaku UMKM. Dengan adanya akses modal yang lebih baik, UMKM diharapkan mampu memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat keberlanjutan usaha, termasuk dalam menghadapi persaingan pasar internasional. Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami pemberian kemudahan akses modal sebagai strategi penguatan kapasitas dan pengembangan UMKM (Widyatmini, et al., 2013)

Dalam membangun usaha, pelaku UMKM membutuhkan modal yang cukup besar agar dapat meningkatkan produksinya, melakukan pemasaran, hingga mengurus segala administrasi yang dibutuhkan sebagai persyaratan atau kelengkapan untuk pemenuhan data terkait perizinan ekspor barang ke luar negeri. Dengan pemberian pinjaman bunga rendah atau bantuan modal dari pemerintah (Samodro, 2018).

Kemudahan Akses Modal membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya agar lebih siap memasuki pasar global. Pelaku usaha memerlukan sumber pembiayaan yang cukup untuk mendukung kebutuhan produksi, seperti penyediaan bahan baku, peningkatan kapasitas produksi, pengemasan produk, serta pemenuhan standar kualitas yang dibutuhkan oleh pasar internasional. Dengan adanya dukungan modal yang memadai, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas kapasitas produksi, serta melakukan berbagai kegiatan yang mendukung ekspor produk (Soebiantoro, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa UMKM Damara Jombang telah mendapatkan bantuan dari pemerintah berupa peralatan produksi yang digunakan untuk menunjang kegiatan usahanya. Selain bantuan peralatan, narasumber juga menjelaskan bahwa terdapat tawaran bantuan pendanaan dari Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) yang ditujukan kepada UMKM yang membutuhkan tambahan modal untuk mendukung kegiatan ekspor

Namun, pada wawancara kedua, owner UMKM Damara Jombang menjelaskan bahwa hingga saat ini usaha yang dijalankan masih sepenuhnya menggunakan modal pribadi. Narasumber menyatakan bahwa dirinya belum pernah mengajukan maupun menerima bantuan dana atau pinjaman dari lembaga pembiayaan, termasuk dari LPEI. Menurut narasumber, keputusan tersebut diambil karena adanya kekhawatiran terhadap tanggung jawab yang harus dipenuhi setelah menerima pendanaan dari pihak eksternal. Narasumber beranggapan bahwa penerimaan bantuan dana biasanya disertai dengan kewajiban pelaporan dan pertanggungjawaban, seperti penyampaian laporan keuangan dan informasi mengenai kondisi usaha.

Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi

penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dipahami sebagai penggunaan perangkat teknologi, seperti komputer, internet, dan sistem informasi, untuk mendukung kegiatan operasional dan pengelolaan usaha UMKM. Dalam konteks UMKM berorientasi ekspor, penerapan TIK digunakan untuk mempermudah pelaporan keuangan, pengelolaan data usaha,

komunikasi bisnis, pemasaran, hingga memperluas jaringan pasar internasional. Penelitian Bambang Agus Pramuka, menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi, kecepatan, ketepatan data, serta membantu pengambilan keputusan usaha melalui sistem informasi akuntansi dan media digital. Selain itu, penerapan TIK juga menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi karena mampu mendukung promosi produk, transaksi bisnis, dan akses informasi pasar secara lebih luas. Namun, penerapan teknologi pada UMKM masih menghadapi hambatan, seperti keterbatasan biaya, kurangnya keterampilan teknis, dan rendahnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi. Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami penerapan teknologi informasi dan komunikasi sebagai strategi modernisasi dan penguatan daya saing UMKM (Pramuka, 2013)

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas kegiatan ekonomi, termasuk dalam aktivitas perdagangan dan ekspor. Teknologi memungkinkan proses pertukaran informasi, komunikasi bisnis, dan distribusi produk menjadi lebih cepat dan efektif sehingga dapat memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing produk di pasar internasional. Selain itu, perkembangan TIK juga dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia dan keterbukaan perdagangan yang mendorong adopsi teknologi untuk menekan biaya perdagangan dan meningkatkan produktivitas ekonomi (Libraningrum & Santoso, 2023).

Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dapat meningkatkan efektivitas kegiatan promosi dan pemasaran produk UMKM. Dengan memanfaatkan media digital, platform online, serta berbagai sarana komunikasi berbasis internet, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ingin memperluas pasar hingga ke tingkat internasional. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, pelaku usaha dapat memperoleh akses yang lebih luas terhadap informasi pasar global, menjalin komunikasi dengan mitra bisnis di luar negeri, serta mempromosikan produk kepada konsumen internasional (Basry & Sari, 2018)

Standarisasi P Selain berperan sebagai media pemasaran, TIK juga dimanfaatkan sebagai sumber informasi untuk mempelajari karakteristik dan kebutuhan pasar ekspor yang menjadi target pemasaran. Dengan memanfaatkan akses informasi yang tersedia secara digital, UMKM Damara Jombang dapat melakukan analisis pasar, memahami preferensi konsumen, serta mengidentifikasi persyaratan yang berlaku pada negara tujuan ekspor. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menentukan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar internasional.

Di samping itu, penerapan TIK turut mendukung terjalinnya komunikasi yang lebih efektif antara UMKM Damara Jombang dengan calon *buyer* luar negeri. Berbagai platform komunikasi digital memungkinkan proses pertukaran informasi, negosiasi, serta penyampaian spesifikasi produk dilakukan secara lebih cepat tanpa adanya hambatan geografis. Dengan demikian, pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi menjadi salah satu faktor penting yang mendukung kesiapan UMKM Damara Jombang dalam memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan peluang untuk memasuki pasar global.

Standarisasi Produk

Menurut Rasbin dan Ari Muliarta Ginting, standarisasi produk dipahami sebagai upaya penyesuaian kualitas, spesifikasi, dan performa produk agar sesuai dengan standar tertentu sehingga produk dapat diterima dan mampu bersaing di pasar. Standarisasi dilakukan untuk menjamin mutu, keamanan, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen dan persyaratan perdagangan, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dalam artikel tersebut dijelaskan

bahwa standar produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena produk yang memenuhi standar memiliki nilai tambah, lebih mudah diterima pasar, serta mampu mengurangi hambatan perdagangan (*technical barrier*). Selain itu, standarisasi juga membantu UMKM meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat kerja sama bisnis, dan memperluas peluang ekspor. Oleh karena itu, standarisasi produk menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan global. Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami standarisasi produk sebagai strategi peningkatan kualitas dan daya saing UMKM (Prasetya, 2016).

Standarisasi produk merupakan upaya untuk memastikan bahwa suatu produk memenuhi persyaratan kualitas, keamanan, dan spesifikasi tertentu yang telah ditetapkan, baik oleh standar nasional maupun standar internasional. Dalam perdagangan internasional, kesesuaian produk dengan standar menjadi faktor penting karena ketidaksesuaian standar sering menjadi penyebab penolakan produk di negara tujuan ekspor. Oleh karena itu, penerapan standar seperti Standar Nasional Indonesia (SNI) serta kesesuaiannya dengan standar internasional dan standar negara mitra dagang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk, memenuhi persyaratan pasar global, serta meningkatkan daya saing produk ekspor (Resnia, et al., 2015).

Salah satu bentuk standarisasi yang telah dimiliki oleh UMKM Damara Jombang adalah kepemilikan Nomor Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) pada produk yang dipasarkan. Kepemilikan P-IRT pada produk Choco Banana Chips dengan No.2143517030305-26 menunjukkan bahwa produk telah memenuhi persyaratan keamanan pangan dan memperoleh izin edar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, produk Choco Banana Chips juga telah dilengkapi dengan hasil uji nilai gizi (*nutrition facts*) yang memberikan informasi mengenai kandungan nutrisi produk kepada konsumen.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh produk yang diproduksi oleh UMKM Damara Jombang telah memiliki P-IRT sebagai bentuk pemenuhan standar keamanan dan legalitas produk pangan. Meskipun demikian, UMKM Damara Jombang belum memiliki sertifikasi internasional seperti *Hazard Analysis and Critical Control Point* (HACCP). Ketidadaan sertifikasi tersebut menjadi salah satu kendala dalam memasuki pasar tertentu yang mensyaratkan standar keamanan pangan internasional yang lebih tinggi. Hal ini dibuktikan dengan belum terpenuhinya persyaratan ekspor ke beberapa negara yang mewajibkan kepemilikan sertifikasi HACCP sebagai salah satu syarat utama. Dengan demikian, standarisasi produk yang dilakukan oleh UMKM Damara Jombang saat ini berfokus pada pemenuhan standar nasional melalui kepemilikan P-IRT, penyediaan informasi nilai gizi, penggunaan kemasan yang informatif, tercantumnya logo Halal pada produk, serta pencantuman identitas dan legalitas produk. Upaya tersebut menunjukkan komitmen UMKM Damara Jombang dalam menjaga kualitas dan keamanan produk sekaligus meningkatkan kesiapan usaha untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Peningkatan Inovasi Produk

Peningkatan inovasi produk dipahami sebagai salah satu strategi penting yang dilakukan UMKM untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan pasar domestik maupun internasional. Inovasi produk tidak hanya diartikan sebagai penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup upaya pengembangan kualitas produk, peningkatan kreativitas, pemanfaatan teknologi, perbaikan manajemen usaha, serta penyesuaian produk terhadap kebutuhan dan permintaan pasar global. Melalui inovasi produk, UMKM diharapkan mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah, kualitas yang lebih baik, serta mampu bersaing dengan produk dari negara lain. Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami peningkatan inovasi produk sebagai salah satu bentuk strategi ekspor UMKM (Nuraini, et al., 2016).

.....

Strategi peningkatan inovasi produk pada UMKM merupakan upaya untuk mengembangkan produk agar memiliki nilai tambah dan daya saing di pasar. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan kualitas, desain, serta proses produksi. Selain itu, inovasi didukung oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang pasar, merespon kebutuhan konsumen secara cepat, serta memperkuat strategi pemasaran. Dengan demikian, inovasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan memperluas jangkauan pasar UMKM (Elwisam, 2019).

Dengan melakukan riset terhadap produk dapat meningkatkan informasi mengenai apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga dapat menjadi dasar untuk melakukan inovasi produk, agar tercipta produk yang semakin baik lagi dari sebelumnya sehingga meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar global (Sangapa, et al., 2025)

Dari segi kemasan, narasumber menjelaskan bahwa pada awalnya produk hanya menggunakan kemasan sederhana berupa mika plastik atau toples plastik biasa, tanpa mencantumkan label merk serta informasi penting mengenai komposisi maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan produk. Seiring dengan perkembangan usaha dan meningkatnya kebutuhan untuk memenuhi standar pemasaran yang lebih luas, UMKM Damara Jombang melakukan pembaruan kemasan dengan menggunakan *pouch clip* yang memiliki desain lebih menarik, baik dari segi warna maupun visualisasi produk. Kemasan baru tersebut dilengkapi dengan logo merek Damara yang lebih representatif sehingga dapat meningkatkan identitas dan citra produk di mata konsumen. UMKM Damara Jombang melakukan pembaruan kemasan menjadi lebih menarik dan informatif. Kemasan yang digunakan saat ini telah memuat identitas merek, komposisi produk, informasi nilai gizi (*nutrition facts*), serta informasi lain yang diperlukan untuk memenuhi standar pasar internasional. Menurut narasumber, informasi nilai gizi sebelumnya belum tersedia dan baru diterapkan setelah mendapatkan pembinaan dari Ekspor Center Surabaya.

Pemilik usaha juga menegaskan bahwa produknya memiliki keunggulan dibandingkan produk sejenis, khususnya dalam proses produksi keripik. Jika sebagian besar produsen menggunakan minyak goreng berbahan dasar kelapa sawit, DAMARA menggunakan minyak koprah dalam proses penggorengannya. Penggunaan minyak koprah tersebut menjadi nilai tambah yang membedakan produk DAMARA dari produk pesaing serta menjadi salah satu bentuk inovasi untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas.

Selain inovasi pada kemasan, perubahan juga dilakukan pada karakteristik produk. Narasumber menjelaskan bahwa pada awalnya produk keripik pisang dibuat dengan bentuk memanjang menggunakan bahan baku pisang kepok. Namun, bentuk tersebut dinilai kurang sesuai untuk kebutuhan pasar ekspor karena mudah patah selama proses pengemasan dan distribusi. Oleh karena itu, perusahaan melakukan perubahan dengan menggunakan jenis pisang yang menghasilkan bentuk lebih seragam dan dapat diproses menjadi potongan bulat dengan ukuran yang lebih konsisten. Bentuk produk yang baru dinilai lebih kuat, tidak mudah rusak, serta memiliki tampilan yang lebih menarik bagi konsumen.

Dukungan Kebijakan Pemerintah

dukungan kebijakan pemerintah merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar domestik maupun internasional. Kebijakan pemerintah diperlukan untuk membantu UMKM secara sistematis melalui komitmen yang jelas terhadap pengembangan ekonomi rakyat, pembentukan pola kerja sama bisnis yang sinergis, serta penyusunan kebijakan yang mendukung setiap tahapan kegiatan usaha, mulai dari penyusunan rencana bisnis, pengembangan produk, pembiayaan, promosi produk, hingga pengembangan kerja sama dalam bentuk riset terapan. dukungan kebijakan pemerintah juga diwujudkan melalui koordinasi antar kementerian dan lembaga yang berkaitan dengan UMKM, penyediaan pelatihan,

.....

penguatan akses pasar, dukungan standarisasi produk, hingga pembangunan infrastruktur yang dapat menunjang kegiatan produksi dan distribusi. Dalam konteks tersebut, pemerintah dipandang memiliki tanggung jawab besar dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif agar UMKM mampu berkembang dan memperluas akses pasar internasional, Penjelasan ini digunakan sebagai dasar pendekatan bibliografi oleh Arham Firmansyah dalam memahami dukungan kebijakan pemerintah sebagai salah satu bentuk strategi ekspor UMKM. Dukungan kebijakan pemerintah dipahami sebagai upaya negara dalam menciptakan regulasi, fasilitas, dan kondisi ekonomi yang mampu meningkatkan daya saing produk UMKM sehingga dapat memperluas peluang ekspor dan mempertahankan keberlanjutan produk Indonesia di pasar internasional (Rasbin & Ginting, 2011)

Dengan adanya dukungan kebijakan pemerintah yang mendorong peningkatan kegiatan ekspor dan perdagangan internasional, yang berperan melalui berbagai kebijakan yang bertujuan meningkatkan daya saing produk dalam negeri, seperti pemberian insentif kepabeanan, kemudahan impor bahan baku untuk tujuan ekspor, serta penyediaan fasilitas pembiayaan bagi pelaku usaha yang berorientasi ekspor. Selain itu, pemerintah juga memberikan dukungan berupa promosi, pendampingan usaha, penyediaan informasi pasar, serta kerja sama perdagangan internasional guna membuka akses pasar yang lebih luas. Kebijakan-kebijakan tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar global, serta meningkatkan kontribusi ekspor terhadap perekonomian nasional (Putra, et al., 2023).

Berdasarkan hasil wawancara, keberhasilan UMKM DAMARA dalam memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional tidak terlepas dari partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh asosiasi maupun instansi pemerintah. Keterlibatan dalam asosiasi menjadi langkah awal yang membuka peluang bagi DAMARA untuk menunjukkan kualitas produk yang dimiliki. Melalui berbagai kegiatan tersebut, DAMARA secara konsisten menampilkan produk dengan mutu, kualitas, dan kemasan yang baik sehingga memperoleh perhatian dari pihak penyelenggara.

Temuan ini menunjukkan bahwa jaringan kelembagaan dan dukungan pemerintah memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM. Partisipasi aktif dalam berbagai program pembinaan memungkinkan UMKM memperoleh akses terhadap pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Keberhasilan DAMARA menembus berbagai saluran pemasaran, termasuk hadir di Bandara Internasional Juanda, Dekranasda Provinsi, serta berbagai mitra bisnis lainnya, merupakan hasil dari proses pengembangan yang berkelanjutan dan konsistensi dalam menjaga kualitas produk.

Pemeringkatan UMKM

Pemeringkatan UMKM merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan akses pembiayaan dan daya saing usaha kecil dan menengah. Pemeringkatan ini dilakukan dengan menilai kinerja keuangan serta rekam jejak usaha sehingga dapat memberikan informasi yang jelas mengenai tingkat risiko suatu UMKM. Melalui sistem pemeringkatan tersebut, lembaga keuangan atau perbankan dapat lebih mudah menilai kelayakan UMKM dalam memperoleh kredit, sehingga akses terhadap permodalan menjadi lebih terbuka. Dengan meningkatnya akses modal, UMKM diharapkan mampu mengembangkan usahanya, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperkuat daya saing produk di pasar domestik maupun internasional (Rasbin & Ginting, 2011).

Dengan memberikan pemeringkatan bagi UMKM oleh lembaga keuangan, para pelaku UMKM akan memperoleh keuntungan dengan mudah untuk memperoleh tambahan modal usaha, dengan mendapatkan kemudahan tambahan modal usaha maka pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya termasuk menjangkau pasar internasional melalui ekspor (Setiana, et al., 2025)

Proses pengembangan usaha yang dialami DAMARA menunjukkan adanya mekanisme

seleksi atau pemeringkatan UMKM yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur pada tahun 2024 yang diselenggarakan di Jombang. Dari sekitar 200 UMKM yang mengikuti program pengembangan, hanya sekitar 10 UMKM yang terpilih berdasarkan kualitas produk dan kapasitas produksi yang dimiliki. DAMARA menjadi salah satu UMKM yang lolos seleksi dan mendapatkan kesempatan untuk mengikuti program pengembangan ekspor yang diselenggarakan oleh Export Center Surabaya. Melalui program tersebut, DAMARA memperoleh berbagai pelatihan dan pendampingan mengenai strategi bisnis internasional, pemasaran ekspor, serta pengenalan produk ke pasar global. Selain itu, pihak Export Center juga melakukan penilaian terhadap potensi UMKM yang layak dikembangkan untuk memasuki pasar internasional. Hasil penilaian tersebut menunjukkan bahwa produk DAMARA memiliki potensi yang cukup besar untuk diperkenalkan ke pasar luar negeri.

Keberhasilan tersebut memberikan kesempatan bagi UMKM Damara Jombang untuk menjadi peserta binaan *Ekspor Center Surabaya*, sebuah program pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan kesiapan UMKM dalam memasuki pasar internasional. Melalui program pembinaan tersebut, UMKM Damara Jombang memperoleh pendampingan secara langsung dan berkelanjutan mengenai berbagai aspek ekspor, mulai dari pemahaman prosedur ekspor, persyaratan administrasi, strategi pemasaran internasional, pencarian calon pembeli (*buyer*), hingga mekanisme transaksi perdagangan internasional. Dengan adanya program pembinaan tersebut, UMKM Damara Jombang diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing usahanya sehingga mampu melakukan ekspor secara mandiri serta memasarkan produknya ke pasar luar negeri. Partisipasi dalam kegiatan *business matching* dan program pembinaan ekspor ini menunjukkan adanya komitmen UMKM Damara Jombang untuk terus berkembang dan mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan di pasar global.

Penyederhanaan Prosedur Ekspor

Penyederhanaan prosedur ekspor merupakan upaya untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam proses perdagangan internasional melalui perbaikan sistem pelayanan dan administrasi kepabeanan. Pengembangan sistem kepabeanan berbasis teknologi informasi memungkinkan proses pengurusan dokumen, pelayanan, dan pengawasan ekspor menjadi lebih cepat, transparan, dan terintegrasi antarinstansi. Dengan adanya sistem digital seperti integrasi layanan logistik dan kepabeanan, proses pertukaran data serta koordinasi antar pemangku kepentingan dapat dilakukan secara lebih efektif sehingga dapat mengurangi hambatan administratif, menekan biaya logistik, dan meningkatkan kelancaran kegiatan ekspor (Sudarmadi, 2022).

Penyederhanaan prosedur ekspor merupakan salah satu manfaat yang diperoleh UMKM Damara Jombang setelah bergabung sebagai peserta binaan Ekspor Center Surabaya. Sebagai pelaku usaha skala rumah tangga, UMKM Damara Jombang belum memiliki kapasitas untuk melakukan ekspor secara mandiri dalam jumlah besar, terutama karena keterbatasan volume produk yang belum memenuhi kapasitas satu kontainer penuh. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kegiatan ekspor, UMKM Damara Jombang memanfaatkan skema ekspor bersama dengan perusahaan yang memiliki skala usaha lebih besar. Dalam praktiknya, produk UMKM Damara Jombang tetap dikirim atas nama usaha yang bersangkutan dan tercantum dalam dokumen pengiriman. Namun, proses kepabeanan dan pengiriman internasional dilakukan dengan menggunakan fasilitas atau "bendera" perusahaan lain yang telah memiliki pengalaman dan legalitas ekspor yang lebih lengkap. Melalui mekanisme tersebut, UMKM tidak perlu mengurus seluruh prosedur ekspor secara mandiri, melainkan dapat memanfaatkan sistem dan jaringan ekspor yang telah dimiliki oleh perusahaan pendamping.

Selain itu, proses administrasi ekspor menjadi lebih sederhana karena UMKM memperoleh

pendampingan dalam penyusunan dokumen yang diperlukan, seperti daftar barang (*packing list*), dokumen pengiriman, serta formulir kepabeanan yang harus dilengkapi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pendampingan tersebut membantu UMKM dalam memahami prosedur ekspor tanpa harus menghadapi kompleksitas administrasi yang umumnya dialami oleh eksportir pemula. Keuntungan lainnya adalah meningkatnya tingkat kepercayaan (*trust*) dari calon pembeli luar negeri. Produk yang dipasarkan melalui program pembinaan pemerintah dan jaringan Ekspor Center Surabaya cenderung memperoleh perhatian yang lebih besar karena dianggap telah melalui proses seleksi dan pembinaan dari lembaga resmi pemerintah.

KESIMPULAN (Times New Roman, size 12)

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Damara Jombang berhasil menembus pasar internasional melalui penerapan strategi ekspor yang terintegrasi berdasarkan sembilan indikator strategi ekspor UMKM yang dikemukakan oleh Arham dan Firmansyah (2021), yaitu pelatihan, peningkatan promosi, kemudahan akses modal, penerapan teknologi informasi dan komunikasi, standarisasi produk, peningkatan inovasi produk, dukungan kebijakan pemerintah, pemeringkatan UMKM, dan penyederhanaan prosedur ekspor. Implementasi strategi tersebut dilakukan secara bertahap sejak tahun 2018 hingga 2025 dan berkontribusi terhadap perluasan pasar produk Damara Jombang ke beberapa negara, seperti Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, dan Afrika Selatan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa keberhasilan ekspor UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengombinasikan faktor internal dan eksternal secara efektif. Faktor internal tercermin melalui inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, pemanfaatan teknologi digital, serta komitmen dalam menjaga standar mutu produk. Sementara itu, faktor eksternal terlihat dari adanya dukungan pemerintah melalui program pelatihan, pendampingan ekspor, business matching, serta pembinaan yang diberikan oleh Export Center Surabaya. Temuan ini memperkuat konsep Arham dan Firmansyah (2021) yang menempatkan strategi ekspor sebagai kombinasi antara kesiapan internal perusahaan dan dukungan lingkungan eksternal dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa UMKM Damara Jombang masih menghadapi beberapa kendala, terutama dalam pemenuhan sertifikasi standar internasional seperti Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) serta keterbatasan kapasitas produksi yang menyebabkan kegiatan ekspor masih dilakukan melalui skema ekspor bersama dengan perusahaan lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses internasionalisasi UMKM masih memerlukan penguatan kapasitas usaha agar mampu melakukan ekspor secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar UMKM Damara Jombang terus meningkatkan standar kualitas produk melalui pengurusan sertifikasi internasional, memperkuat kapasitas produksi, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan jaringan pasar global. Selain itu, pemerintah dan lembaga pendamping diharapkan dapat meningkatkan dukungan berupa fasilitasi sertifikasi internasional, akses pembiayaan ekspor, serta program pendampingan yang berkelanjutan bagi UMKM yang berorientasi ekspor.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas melalui perbandingan beberapa UMKM eksportir dari sektor yang berbeda atau menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur tingkat pengaruh masing-masing indikator strategi ekspor terhadap keberhasilan ekspor UMKM. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif terhadap pengembangan kajian strategi ekspor UMKM di Indonesia.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

.....

Penulis mengucapkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ibu Megahnanda Alidyan Kresnawati, S.IP., M.IP selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta dukungan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini. Bimbingan yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian mengenai strategi ekspor UMKM Damara Jombang.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Libia Angger Amelya dan Syarifah Mastora Salsabila selaku rekan penulis yang telah memberikan kontribusi, kerja sama, dan dukungan dalam proses penyusunan artikel ini. Apresiasi yang tinggi juga penulis sampaikan kepada pemilik dan pihak UMKM Damara Jombang yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian serta memberikan informasi dan data yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas dukungan akademik yang diberikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada keluarga, sahabat, dan seluruh pihak yang telah memberikan doa, motivasi, serta bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian mengenai strategi ekspor UMKM dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, A. N., Fauzi, M. N., Lestari, S. P., Latifah, N., Putri, S. D., & Mardiana, S. (2025). STRATEGI EKSPOR PRODUK UMKM EATSAMBEL: ANALISIS POTENSI DAN PELUANG DI PASAR BELANDA. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*.
- Arham, A., & Firmansyah, A. (2021). Strategi Peingkatan Ekspor UMKM indonesia Selama Pandemi Covid-19. 50-51.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM).
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 32.
- Creswell, & W, J. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Dalam *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (hal. 239). California: SAGE Publications.
- Elwisam, R. L. (2019). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK KREATIF DAN ORI ENTASI PASAR UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Fatmasari, S., & Iriyanto, S. (2011). Pemberdayaan UKM: Meningkatkan komoditas unggulan ekspor UKM dalam rangka pengembangan ekonomi daerah (studi pada UKM di Jawa Tengah). *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, Vol. 1. No. 1.
- Insyirah Nisa alfaizah, W. A. (2024). Analisis Kebijakan Investasi Asing Langsung (FDI) dan Infrastruktur dalam Mendukung Produk Domestik Bruto Daerah di Kabupaten Purwakarta. *jurnal manajemen dan penelitian akuntansi*, 67.
- indonesia, k. u. (2025, 11 24). *smesta*. Diambil kembali dari *smesta.umkm*: <https://smesta.umkm.go.id/news/produk-umkm-indonesia-yang-punya-potensi-laris-di-pasar-dunia>
- Ivada, E., Sumaryati, S., & Hamidi, N. (2015). ANALISIS FAKTOR PENGHAMBAT EKSPOR

- BAGI UKM Small and Medium Enterprise's Export Barrier Factor Analyses. *academia.edu*.
- Kamila, H. C. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Ekspor Bumbu Makanan Olahan dengan Menggunakan Analisis Business Model Canvas (BMC) dan Swot pada CV Restu Mande. *Pemimpin Bisnis Inovatif*.
- Libraningrum, D., & Santoso, D. B. (2023). ANALISIS DAMPAK PEMBANGUNAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *Journal of Development Economic and Social Studies*.
- LSP UMKM & WI. (2025, OKTOBER 5). LSP UMKM & WI. Diambil kembali dari lspumkm-wi.co.id: <https://lspumkm-wi.co.id/strategi-jitu-umkm-jual-produk-ke-marketplace-internasional-panduan-lengkap-2025/>
- Manus, T. A., Pati, A. B., & Rengkung, F. (2022). Upaya Pemerintah Sulawesi Utara Dalam Meningkatkan Ekspor Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmu Politik*.
- Nuraini, F., Maharani, R., & Andrianto, d. (2016). STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DAN KOPERASI DALAM MENGHADAPI AEC (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY): SUATU TELAAH KEPUSTAKAAN . *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*.
- Pramuka, B. A. (2013). Adopsi teknologi UMKM berorientasi ekspor untuk pelaporan keuangan: studi di Kabupaten Banyumas. *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage*.
- Prasetya, G. H. (2016). PENINGKATAN DAYA SAING UKM MELALUI STANDARISASI PRODUK, PENGELOLAAN PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI. *Jurnal Manajemen* .
- Putra, A. K., Rafi, A., Darmawan, R. P., & Wikansari, R. (2023). PERAN PEMERINTAH MENINGKATKAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL KHUSUSNYA EKSPOR. *Jurnal Ilmu Ekonomi*.
- Rasbin, & Ginting, A. M. (2011). UPAYA PENINGKATAN EKSPOR SEKTOR USAHA MIKRO, KECIL DDAN MENEGAH MELALUI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*.
- Rijal, M., Said, L. O., Sarinah, & Purnama, A. (2025). ANALISIS SISTEM PELATIHAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. ANTAM Tbk UNIT BISNIS PERTAMBANGAN NIKEL SULAWESI TENGGARA.
- Resnia, R., Wicaksana, B., & Salim, Z. (2015). KESESUAIAN SNI DENGAN STANDAR INTERNASIONAL DAN STANDAR MITRA DAGANG PADA PRODUK EKSPOR PERIKANAN TUNA DAN CAKALANG.
- Samodro, S. (2018). UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING EKSPOR PRODUK UMKM MAKANAN DAN MINUMAN MELALUI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN BERBASIS PADA KEARIFAN LOKAL DI INDONESIA. *pknstan*.
- Sangapa, L. H., CatarinaManurung, & Manurung, A. H. (2025). STRATEGI INOVASI PRODUK BERBASIS RISET PASARPADA PERUSAHAAN START-UP. *Jurnal Strategi dan Sumber Daya Manusia*.
- Setiana, I. M., Yogantara, K. K., & Assana, G. H. (2025). Dampak Akses Modal, Pengelolaan Keuangan, dan Kapasitas Manajemen terhadap pengembangan UMKM Penerima Kredit usaha Rakyat di Kecamatan Kuta Utara. *Jurnal Akutansi dan Mamnajemen*.
- Soebiantoro, N. H. (2024). Peningkatan Akses Permodalan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*.

- Sukesti, F., & Iriyanto, S. (2011). PEMBERDAYAAN UKM :MENINGKATKAN KOMODITAS UNGGULAN EKSPOR UKM DALAM RANGKA PENGEMBANGAN EKONOMI DAERAH (Studi pada UKM di Jawa Tengah). *jurnal.unimus*.
- Sudarmadi, A. (2022). OPTIMALISASI PERAN SISTEM KEPABEANAN INDONESIA SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT KEUANGAN NEGARA. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*.
- TRADEMAP. (2025). *List of importers for the selected product2008 Fruits, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit*. International Trade Centre.
- Widyantini, R. (2019). Pengaruh Pelatihan dan Pembimbingan Ekspor terhadap Keberhasilan Ekspor Pelaku Usaha Kecil dan Menengah.
- Widyatmini, Dananjaya, I., & Sunarti, T. (2013). Grand strategi pengembangan UKM berorientasi ekspor. *Seminar Ilmiah Nasional Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, dan Teknik Sipil*.
- Wulandari, C. L., & Rasyidah, R. (2024). STRATEGI EKSPOR PT LEGEND TREN INTERNASIONAL DALAM MEMBAWA MINUMAN LOKAL KE PASAR INTERNASIONAL. *Journal Publicuho*.
- Zahra Salsabila, M. D. (2025). DINAMIKA KEBIJAKAN EKSPOR DAN IMPOR INDONESIA DI ERA GLOBALISASI: STUDI KUALITATIF TERHADAP PELAKU EKSPOR UMKM. *Jurnal Media Akademik(JMA)*, 2.
-