

STRATEGI PENINGKATAN EKSPOR PRODUK USAHA KECIL MENENGAH MELALUI PEMANFAATAN GALERI CINDERAMATA DI DINAS KOPERASI DAN UKM JAWA TIMUR

Malinda Nita Silvia¹, Siti Azizah²
malindanitam12@gmail.com¹, siti.azizah@uinsa.ac.id²
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Dinas Koperasi untuk meningkatkan ekspor pada produk UKM melalui pemanfaatan Galeri Cenderamata. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif merupakan metode dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Isi dari penelitian mengenai pemanfaatan Galeri Cenderamata di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam meningkatkan ekspor produk UKM, dan strategi Dinas Koperasi dalam meningkatkan ekspor produk dari usaha kecil menengah UKM Jawa Timur melalui pemanfaatan Galeri Cenderamata. Strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dalam meningkatkan produk UKM adalah dengan mengadakan pelatihan ataupun workshop, melakukan ekspansi dagang keluar negeri, serta memberikan bantuan finansial yaitu mengadakan program pinjaman bunga murah. Jadi dengan adanya pemanfaatan Galeri Cenderamata pelaku UKM bisa memasarkan dan menjual produk mereka.

Kata Kunci: Ekspor, UKM (usaha kecil menengah), Galeri Cenderamata.

ABSTRACT

This research aims to find out the strategy of the Cooperatives Department to increase exports of SME products through the use of the Souvenir Gallery. This research method uses a qualitative method, a qualitative method is a method of collecting data using observation, interviews and documentation. The contents of the research regarding the use of the Souvenir Gallery at the East Java Cooperative and SME Service in increasing exports of SME products, and the strategy of the Cooperative Service in increasing product exports from East Java small and medium SME businesses through the use of the Cimeteramata Gallery. The strategy carried out by the Cooperative Service in increasing SME products is by holding training or workshops, expanding trade abroad, and providing financial assistance, namely holding low-interest loan programs. So, by using the Souvenir Gallery, SMEs can market and sell their products.

Keywords: Exports, SMEs (small and medium enterprises), Souvenir Gallery

PENDAHULUAN

Ekspor adalah suatu aktivitas menjual barang ataupun jasa ke negara lain. Mengekspor dapat membawa manfaat, termasuk meningkatkan devisa negara. Menjual barang atau jasa ke luar negeri merupakan salah satu upaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, oleh karena itu perlu dilakukan kebijakan untuk meningkatkan ekspor, seperti penyederhanaan sistem administrasi ekspor, penyediaan barang ekspor, pengembangan produk Indonesia, penguatan infrastruktur, stabilisasi nilai tukar rupiah, dan peningkatan keterampilan masyarakat Indonesia. Ekspor juga menjadi tolak ukur penting agar dapat mengetahui seberapa besar pertumbuhan ekonomi di suatu negara, dan dari kegiatan tersebut bisa menjamin kegiatan bisnis disektor internasional terjaga. Ekspor terjadi karena perbedaan kapasitas produksi dan keunggulan komparatif antar negara. Beberapa negara kaya akan sumber daya alam, sementara negara lain unggul dalam teknologi dan manufaktur. Setiap negara mengekspor barang dan jasa yang dihasilkannya dengan biaya lebih rendah dan kualitas lebih tinggi dibandingkan negara lain. Selain itu, ekspor juga dilakukan karena tingginya permintaan di pasar

internasional yang tidak dapat dipenuhi oleh produksi dalam negeri. Faktor lain yang mendorong ekspor adalah kebijakan perdagangan yang menguntungkan seperti perjanjian perdagangan bebas dan penghapusan tarif. Ekspor juga didorong oleh strategi diversifikasi ekonomi untuk mengurangi ketergantungan pada pasar domestik. Secara keseluruhan, mengekspor adalah cara bagi suatu negara untuk mendapatkan keuntungan dari kelebihan produksi dan memenuhi permintaan global.

Ekspor memberikan berbagai keuntungan bagi negara yang melakukannya. Pertama, ekspor dapat meningkatkan pendapatan negara melalui devisa yang dihasilkan dari penjualan barang dan jasa ke luar negeri. Devisa ini kemudian dapat digunakan untuk mengimpor barang dan jasa yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri. Kedua, ekspor dapat menciptakan lapangan kerja baru karena permintaan terhadap barang dan jasa yang diekspor akan meningkatkan produksi. Ketiga, ekspor dapat meningkatkan daya saing perusahaan domestik dengan mendorong peningkatan kualitas produk dan efisiensi produksi. Keempat, ekspor dapat membantu menyeimbangkan neraca perdagangan dan mengurangi defisit perdagangan negara. Manfaat lainnya termasuk peningkatan hubungan diplomatik dengan negara mitra dagang dan diversifikasi ekonomi yang lebih luas. Proses ekspor melibatkan beberapa tahap yang harus dilalui oleh eksportir. Pertama, perusahaan perlu melakukan penelitian pasar untuk mengetahui negara mana yang memiliki permintaan tinggi untuk produk mereka. Selanjutnya, perusahaan harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar dan regulasi yang berlaku di negara tujuan. Langkah berikutnya adalah memperoleh izin ekspor dan dokumen yang diperlukan seperti faktur komersial, daftar pengepakan, dan sertifikat asal. Pengiriman produk dilakukan melalui transportasi darat, laut, atau udara sesuai dengan kesepakatan dengan pembeli. Selama pengiriman, perusahaan harus memastikan produk diasuransikan untuk melindungi dari kerusakan atau kehilangan. Setelah produk tiba di negara tujuan, pembeli akan melakukan pembayaran sesuai dengan syarat yang telah disepakati. Terakhir, eksportir harus menyelesaikan semua prosedur kepabeanan di negara tujuan untuk menuntaskan transaksi.

Untuk meningkatkan ekspor, perusahaan dan pemerintah dapat menerapkan berbagai strategi. Perusahaan dapat fokus pada peningkatan kualitas produk dan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar internasional. Diversifikasi produk juga penting untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui e-commerce dan pemasaran digital. Pemerintah dapat mendukung ekspor dengan memberikan insentif pajak, subsidi, dan fasilitas pembiayaan ekspor. Pelatihan dan edukasi tentang prosedur ekspor dan pasar internasional juga sangat penting untuk meningkatkan kemampuan eksportir. Selain itu, pemerintah dapat memperluas perjanjian perdagangan dengan negara lain untuk membuka akses pasar baru bagi produk domestik. Kerjasama dengan organisasi internasional dan partisipasi dalam pameran dagang global juga dapat membantu mempromosikan produk ekspor. Ekspor memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Pertama, ekspor dapat meningkatkan pendapatan nasional melalui devisa yang diperoleh dari penjualan produk di pasar internasional. Peningkatan devisa ini dapat digunakan untuk membiayai impor barang dan jasa yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri. Kedua, ekspor dapat menciptakan lapangan kerja baru karena meningkatnya permintaan produksi. Hal ini juga berdampak positif pada sektor-sektor terkait seperti transportasi, logistik, dan asuransi. Ketiga, ekspor dapat membantu menyeimbangkan neraca perdagangan dan mengurangi defisit perdagangan. Keempat, ekspor dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memperluas pasar bagi produk-produk domestik. Selain itu, ekspor

juga dapat meningkatkan daya saing industri nasional dengan mendorong inovasi dan efisiensi produksi. Semua ini berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan stabilitas ekonomi negara. Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan sektor usaha yang memegang peranan penting dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. Usaha kecil pada umumnya adalah usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, atau kelompok kecil dan berukuran lebih kecil dari perusahaan besar. Definisi usaha kecil berbeda-beda di setiap negara tergantung pada kriteria seperti jumlah karyawan, penjualan tahunan, dan aset. Di Indonesia, standar mengenai usaha kecil dan menengah diatur oleh pemerintah melalui berbagai peraturan, termasuk Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah. UKM pada umumnya mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah yang mempunyai karakteristik berbeda-beda, namun memiliki kesamaan yaitu ukurannya yang relatif kecil. Peran usaha kecil dalam perekonomian penting karena mereka menciptakan lapangan kerja, mendukung inovasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), seperti yang diatur dalam Undang-undang No. 9 tahun 1995, merupakan aktivitas ekonomi yang dimiliki oleh warga negara Indonesia, memiliki kekayaan bersih tidak melebihi Rp. 200 juta (tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari 1 milyar. Di Indonesia, UKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Selain itu, pelaku UKM juga dianggap sangat penting dalam upaya meningkatkan pendapatan per kapita dan memperkuat perekonomian di berbagai wilayah. Mereka diharapkan untuk aktif berpartisipasi dalam mengembangkan ekonomi negara, terutama dengan menghadapi tuntutan pasar yang semakin spesifik dan inovatif, serta bersaing secara global dalam konteks masyarakat ekonomi ASEAN.

Pemberdayaan UKM menjadi salah satu pendekatan utama dalam mencapai keberhasilan pembangunan nasional. Kontribusi UKM terhadap perekonomian juga terlihat dari perannya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, UKM memiliki dampak signifikan dalam ekspor dan investasi, oleh karena itu potensi UKM dalam mengembangkan produk untuk pasar global sangatlah besar, terutama jika didukung oleh pengembangan produk yang lebih kreatif dan inovatif. Meskipun memiliki potensi besar dalam bersaing, UKM di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam akses pembiayaan atau modal, sehingga sektor UKM memerlukan dukungan dari para investor. Sektor UKM membutuhkan pendampingan dari pemerintah agar dapat memperluas akses ke pasar internasional, yang akan membantu mencapai tujuan negara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sektor UKM dapat bersaing secara global jika infrastruktur dalam negeri memadai dan mendukung kegiatan tersebut, tidak hanya terkait dengan permasalahan modal tetapi juga aspek-aspek seperti pemasaran, teknologi, keahlian, dan sumber daya yang digunakan. Dengan mempertimbangkan kontribusinya terhadap PDB, sektor UKM menjadi pendorong utama ekonomi suatu negara yang perlu dipertahankan dan diperkuat untuk meningkatkan perekonomian secara keseluruhan.

Galeri Cineramata merupakan suatu wadah atau fasilitas untuk menampung produk ukm yang ada di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. Galeri Cinerama yang terletak di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur adalah sebuah sarana yang penting bagi para pelaku UKM, di galeri ini produk-produk UKM dari berbagai daerah di Jawa Timur dipamerkan dan dipasarkan. Fungsi galeri ini tidak hanya sebagai tempat untuk menampilkan beragam produk, tetapi juga sebagai wadah untuk mendukung dan mempromosikan keberlanjutan bisnis UKM di wilayah tersebut. Dengan adanya galeri Cinerama, para pelaku UKM memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan

visibilitas dan penjualan produk mereka.

METODE PENELITIAN

Pada Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu metode pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan serta menggambarkan fenomena baik bersifat alami maupun rekayasa. Pemilihan pendekatan kualitatif ini dipilih peneliti atas dasar untuk mendapatkan informasi yang mendalam serta faktual. Penelitian ini tidak menggunakan data statistik tetapi berdasarkan bukti kualitatif, data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

- a. Observasi, merupakan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada awal penelitian, pertengahan, dan akhir. Pada observasi ini peneliti juga mengamati sekitar Galeri Cenderamata, di Galeri Cenderamata terdapat bermacam macam pernik-pernik kerajinan tangan mulai dari gantungan kunci, kalung, gelang, strap masker, serta ada juga makanan dan minuman seperti kripik brownies, aneka sambal.
- b. Wawancara, merupakan suatu proses pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber. Dalam mengumpulkan data penulis melakukan wawancara secara langsung (tatap muka) dan secara tidak langsung (melalui teks atau chatting). Wawancara yang dilakukan dengan tatap muka atau secara langsung peneliti biasanya mencatat atau merekam jawaban narasumber, sedangkan wawancara yang dilakukan secara tidak langsung peneliti biasanya melakukannya melalui chatting menggunakan handphone peneliti mengumpulkan data untuk melengkapi bahan atau data yang kurang tanpa melakukan kontak atau tatap muka dengan narasumber.
- c. Dokumentasi, merupakan pengumpulan data penelitian melalui foto yang diambil Ketika melakukan survey lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pemanfaatan Galeri Cenderamata di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam meningkatkan ekspor produk UKM.

Galeri Cenderamata terletak di Jalan Raya Bandara Juanda, galeri ini merupakan tempat yang digunakan memajang dan memamerkan produk lokal yang ada di Jawa Timur. Galeri Cenderamata ini didirikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur ditujukan untuk pelaku UKM untuk mempromosikan dan menjual produk mereka, dengan lokasi yang strategis di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur Galeri Cenderamata akan menjadi pusat perhatian bagi para pengunjung yang tertarik dengan produk UKM.



Gambar 1 Depan Galeri Cenderamata

Salah satu alasan utama pendirian galeri ini untuk memberikan dukungan yang lebih besar kepada para pelaku UKM untuk memasarkan produknya karena banyak pelaku

UKM yang memiliki produk yang berkualitas tinggi namun kesulitan dalam memasarkan produk tersebut. Selain itu galeri ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk produk lokal.

Kendala yang kerap dihadapi oleh pelaku UKM dalam memasarkan produk mereka menjadi salah satu motivasi di balik pendirian galeri ini. Meskipun banyak produk yang unggul dalam kualitasnya, namun seringkali mengalami kesulitan dalam menembus pasar. Dengan hadirnya Galeri Cinderamata, para pelaku UKM memiliki kesempatan lebih besar untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menjangkau lebih banyak konsumen yang potensial. Galeri ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung produk-produk lokal. Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan produk-produk UKM, diharapkan masyarakat akan semakin memperhatikan dan mendukung industri lokal serta menghargai inovasi dan kreativitas yang ditawarkan.

Peran Galeri Cinderamata sebagai sarana promosi dan penjualan produk lokal mencerminkan keseriusan pemerintah daerah dalam memajukan sektor UKM. Dukungan ini tercermin dalam berbagai fasilitas dan platform yang disiapkan khusus bagi para pengusaha UKM. Selain menjadi tempat transaksi, galeri ini juga dijadikan sebagai tempat untuk memperluas jejaring bisnis dan peluang kerjasama dengan pihak lain seperti distributor atau agen pemasaran. Ini membuktikan bahwa Galeri Cinderamata bukan hanya sebagai pusat perdagangan semata, tetapi juga menjadi pusat pertumbuhan dan keterlibatan aktif pengusaha UKM dalam dinamika pasar. Diharapkan keberadaan Galeri Cinderamata akan memberikan dorongan bagi pertumbuhan industri UKM di Jawa Timur dan berdampak positif pada ekonomi lokal. Fokus pada produk-produk lokal tidak hanya bermanfaat dalam menggerakkan roda perekonomian daerah, tetapi juga menguatkan identitas dan kebanggaan akan produk-produk asli daerah tersebut. Galeri Cinderamata dapat dilihat sebagai langkah nyata dalam mendukung dan memperkuat posisi para pengusaha UKM di tengah persaingan pasar yang semakin sengit.



Gambar 2 Kerajinan Tangan yang ada di Galeri Cinderamata





Gambar 3 Produk makanan dan minuman yang ada di Galeri Cinderamata

Pada Galeri Cinderamata, pengunjung disajikan dengan beragam produk UKM yang berkualitas, mulai dari aksesoris kerajinan tangan seperti tas anyaman, sepatu kulit, hingga perhiasan seperti kalung, gelang, dan bros. Selain itu, tersedia juga pilihan makanan dan minuman yang beragam, seperti kripik brownies, rambak pisang, dan sambal dengan berbagai varian. Keberagaman produk yang ditawarkan di galeri ini menunjukkan tingkat kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh para pelaku UKM di Jawa Timur. Dengan produk-produk yang unik dan berkualitas ini, Galeri Cinderamata menjadi destinasi menarik bagi pengunjung yang ingin mendukung industri lokal sambil memperoleh barang-barang yang unik. Tiap produk yang dipajang di Galeri Cinderamata memiliki cerita dan karakteristik khasnya sendiri, yang merupakan hasil dari upaya kreatif dan kerja keras para pengusaha lokal. Tas anyaman, sepatu kulit, dan produk kerajinan lainnya merefleksikan keahlian tangan yang khas dari budaya lokal, sementara makanan dan minuman khas daerah memperlihatkan ragam kuliner Indonesia. Melalui pembelian produk-produk dari galeri ini, pengunjung tidak hanya mendapatkan barang berkualitas, tetapi juga turut serta dalam mendukung pertumbuhan usaha para pelaku UKM serta menggerakkan perekonomian lokal.

Keberadaan Galeri Cinderamata memberikan peluang bagi pelaku UKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan menampilkan produk-produk mereka di lokasi strategis seperti galeri ini, para pengusaha UKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan volume penjualan mereka. Selain itu, galeri ini juga berperan sebagai sarana promosi yang efektif bagi para pelaku UKM untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada khalayak luas. Hal ini membuka peluang lebih besar bagi produk-produk lokal untuk mendapatkan pengakuan dan minat dari pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

Bagi pelaku UKM yang ingin untuk menjual dan memamerkan produk mereka di Galeri Cinderamata, tidaklah mudah karena mereka harus memenuhi sejumlah persyaratan dan prosedur yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Persyaratan dan prosedur ini ditetapkan dengan tujuan untuk memastikan bahwa produk yang ditampilkan di galeri memiliki mutu yang baik dan pantas untuk dijual serta dipasarkan kepada masyarakat. Selain itu, tujuan dari penetapan prosedur tersebut juga adalah untuk menjaga tingkat profesionalisme dan kelangsungan operasional Galeri Cinderamata. Dengan adanya aturan yang tegas dan jelas ini, diharapkan produk-produk yang dipamerkan di galeri tersebut mampu memberikan pengalaman belanja yang memuaskan bagi pengunjung, serta memperkuat citra galeri sebagai tempat yang menyediakan produk-produk berkualitas. Proses seleksi yang ketat bagi produk-produk yang akan dipajang di Galeri Cinderamata juga menjadi manifestasi dari komitmen pihak pengelola galeri dalam menjaga standar kualitas. Para pelaku UKM diwajibkan memastikan bahwa produk mereka memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelum dapat ditampilkan di galeri. Langkah ini juga memberikan motivasi bagi para pelaku UKM untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka guna dapat tetap bersaing di

pasar yang semakin ketat. Dengan demikian, Galeri Cenderamata bukan hanya menjadi tempat untuk berbelanja produk, tetapi juga menjadi tempat yang mempromosikan produk-produk unggulan dari pelaku UKM yang memiliki kualitas terbaik.

Selain menetapkan syarat dan prosedur, Galeri Cenderamata juga memberikan dukungan dan bimbingan kepada pelaku UKM untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur turut serta aktif dalam memberikan pelatihan dan konsultasi kepada pelaku UKM agar mereka dapat memahami serta memenuhi standar yang dibutuhkan. Dengan adanya bimbingan ini, diharapkan pelaku UKM dapat mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan dan dapat memasarkan produk-produknya dengan lebih efektif di Galeri Cenderamata. Para pelaku UKM juga diberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga kualitas produk serta menjalankan bisnis dengan profesionalisme, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan sektor UKM secara keseluruhan. Berikut syarat serta prosedur jika ingin memasarkan dan menjual produk UKM di Galeri Cenderamata:

Syarat Pelayanan

- a. a.Koperasi / UKM produsen
- b. Ber-KTP dan berdomisili di Jawa Timur
- c. Memiliki legalitas usaha atau perijinan NIB dan NPWP, PIRT
- d. Minim produk 20 pcs
- e. Mengisi formulir yang dapat di download melalui link <https://intip.in/formgaleri>

Prosedur Pelayanan

- a. Mengisi dan melengkapi formulir
- b. Membawa formulir pendaftaran serta fotocopy legalitas usaha dan contoh produk beberapa item ke Galeri Batik dan Galeri Cenderamata Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur di Jalan Raya Bandara Juanda No.22 Sidoarjo
- c. Melakukan kurasi produk
- d. Pemohon yang lolos kurasi akan dapat memasarkan produknya di Galeri Batik dan Galeri Cenderamata.
- e. Sedangkan yang belum lolos akan mendapatkan pembinaan peningkatan kualitas produk melalui BDC/ Klinik K-UKM

Galeri Cenderama di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur memiliki peran penting dalam meningkatkan ekspor produk UKM. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menyediakan sertifikat HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) sertifikat ini digunakan untuk menunjukkan bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan prinsip islam. Namun, tidak semua produk UKM langsung mendapatkan sertifikat tersebut karena produk harus melalui proses kurasi terlebih dahulu untuk memastikan kualitasnya. Selain itu, Dinas Koperasi juga memberikan dukungan finansial melalui program kesra atau pinjaman dengan bunga yang terjangkau. Produk UKM yang dipajang di galeri Cenderama memiliki potensi besar untuk dikenal dan diminati oleh berbagai pihak, termasuk tamu pemerintahan, perusahaan swasta, dan bahkan pembeli dari luar negeri yang berkunjung ke galeri tersebut.

Ada juga proses yang disebut dengan kurasi produk. Kurasi produk merupakan seleksi dan pemilihan produk terbaik yang akan ditampilkan atau dipasarkan kepada konsumen. Proses ini umumnya dilakukan oleh kurator, individu yang memiliki pengetahuan dan keahlian khusus dalam bidang tersebut. Pada proses ini memastikan bahwa produk yang dipamerkan layak atau tidak untuk diekspor dan memiliki kualitas yang sesuai standar. Pada kegiatan ekspor sertifikat HACCP menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan terhadap produk UKM di pasar internasional. Selain itu, keberadaan galeri Cenderama sebagai wadah untuk menampilkan produk-

produk unggulan UKM juga memberikan akses yang lebih mudah bagi pembeli asing untuk melihat dan memilih produk yang mereka minati. Program kesra atau pinjaman bunga murah dari Dinas Koperasi juga memberikan dukungan finansial yang sangat dibutuhkan oleh UKM untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Tidak hanya itu, keberadaan galeri Cenderamata juga memungkinkan para pembeli asing untuk langsung berinteraksi dengan produsen atau pemilik UKM yang bersangkutan. Hal ini memberikan kesempatan bagi pembeli untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai produk tersebut dan membangun hubungan bisnis yang lebih baik. Dengan demikian, galeri Ciderama tidak hanya menjadi tempat pameran, tetapi juga menjadi platform yang memfasilitasi transaksi bisnis antara pelaku UKM dengan pembeli dari luar negeri, hal ini membuka peluang baru bagi UKM untuk meningkatkan omzet penjualan dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 4 Bazar Ramadhan yang di selenggarakan Dinas Koperasi di halaman Dinas

Selain meningkatkan ekspor, galeri Ciderama juga berperan sebagai pusat promosi produk UKM secara keseluruhan. Dengan dipajangnya produk-produk berkualitas di galeri tersebut, citra produk UKM menjadi lebih baik di mata konsumen baik domestik maupun internasional. Juga dapat memperkuat daya saing produk UKM di pasar global. Promosi produk yang dilakukan galeri cinderamata tidak hanya itu, galeri cinderamata juga sering mempromosikan lewat bazar, biasanya jika ada acara ataupun event galeri cinderamata juga ikut serta untuk memasarkan dan menjualkan produk UKM yang ada. Salah satunya bazar Ramadhan yang diselenggarakan dinas koperasi yang bertempat di halaman dinas koperasi sendiri. Bazar yang dilakukan Dinas koperasi dan UKM Jawa Timur diadakan untuk memeriahkan bulan Ramadhan 1445 H dan menyambut Hari Raya Idul Fitri yang dimana kebutuhan bahan pokok meningkat. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah lalu menggelar acara pasar murah dan Bazar Ramadhan yang diselenggarakan pada Senin (01/04) yang bertempat pada halaman kantor Dinas Koperasi dan UKM Jatim. Kepala Dinas dan UKM Jawa Timur – Andromeda Qomariah juga turut hadir dalam acara tersebut. Pada Bazar tersebut terdapat banyak sekali produk UKM yang dipasarkan mulai dari makanan seperti kue kering, kebab, abon, aneka macam sambal, minuman ada jus, capucino cincau, minuman rasa rasa dan masih banyak lagi, bahan pokok ada minyak, beras, kerajinan tangan gantungan kunci, baju.

Keberadaan sertifikat HACCP menjadi jaminan bahwa produk-produk yang dipamerkan di galeri Ciderama telah melalui proses pengujian dan memenuhi standar keamanan serta kualitas yang ditetapkan. Hal ini membantu meningkatkan kepercayaan konsumen baik di dalam maupun di luar negeri terhadap produk UKM, ekspor produk UKM menjadi lebih mudah dilakukan dan mendapatkan respon positif dari pasar internasional. Dukungan finansial yang diberikan oleh Dinas Koperasi melalui program kesra atau pinjaman bunga murah juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan produksi dan kualitas produk UKM. Dengan adanya modal yang cukup,

UKM dapat melakukan inovasi, meningkatkan efisiensi produksi, dan memperluas pasar ekspor mereka. Secara keseluruhan, fasilitas Cinderama di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur berperan penting dalam meningkatkan ekspor produk UKM. Melalui penyediaan sertifikat HACCP kurasi produk yang ketat, dukungan finansial, membantu meningkatkan kualitas dan kepercayaan terhadap produk UKM yang diekspor. Selain itu, dengan memberikan akses yang mudah bagi pembeli asing dan memfasilitasi interaksi langsung antara produsen dan pembeli, galeri Cinderama juga membantu memperluas pasar bagi UKM dan memperkuat posisi mereka dalam perdagangan internasional.

B. Strategi Dinas Koperasi dalam meningkatkan ekspor produk dari Usaha Kecil Menengah UKM di Jawa Timur melalui pemanfaatan Galeri Cinderamata.

Strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM untuk meningkatkan ekspor produk UKM di Jawa Timur yaitu mengadakan pelatihan ataupun workshop tentang kualitas produk, melakukan ekspansi dagang keluar negeri, dan juga memberikan bantuan finansial yaitu mengadakan program pinjaman bunga murah. Salah satu langkah utama adalah mengadakan workshop dan pelatihan. Workshop ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku UKM mengenai prosedur ekspor, standar kualitas internasional, dan teknik pemasaran global. Dengan cara ini, pelaku UKM bisa lebih siap dan percaya diri untuk memasuki pasar internasional. Selain itu, pelatihan tersebut juga meliputi aspek manajemen usaha, penggunaan teknologi, serta inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar global. Selain menyelenggarakan workshop dan pelatihan, Dinas Koperasi dan UKM juga melakukan ekspansi dagang ke luar negeri. Langkah ini bertujuan untuk membuka peluang pasar baru bagi produk UKM Jawa Timur. Dinas secara aktif melibatkan UKM dalam perluasan dagang dan pameran internasional. Melalui partisipasi ekspansi dagang ini, pelaku UKM dapat memperkenalkan produk mereka langsung kepada pembeli asing. Selain itu, pameran internasional memberikan kesempatan bagi UKM untuk memahami serta mengikuti tren pasar global dan menyesuaikan produk mereka dengan permintaan konsumen internasional. Partisipasi dalam kegiatan ini juga membantu UKM membangun jaringan bisnis internasional dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Dinas Koperasi dan UKM juga memberikan dukungan kepada pelaku UKM melalui program pendanaan dan akses ke pembiayaan. Program ini mencakup pinjaman dengan bunga rendah. Dengan akses pembiayaan yang lebih mudah, pelaku UKM dapat meningkatkan kapasitas produksi mereka dan memenuhi permintaan pasar internasional yang lebih besar. Dinas juga membantu UKM dalam mendapatkan dana dari investor dan lembaga keuangan, untuk ekspansi bisnis mereka ke pasar global. Dinas Koperasi juga memastikan bahwa UKM memiliki sumber daya yang cukup untuk berinovasi dan bersaing di tingkat internasional.

Dinas Koperasi Jawa Timur menggunakan beberapa strategi untuk meningkatkan ekspor produk UKM melalui pemanfaatan galeri cinderamata. Salah satu strateginya adalah dengan menyelenggarakan pelatihan. Terdapat tiga program pelatihan yang diselenggarakan, yaitu:

- a. Milenial Job Center, merupakan program pelatihan yang ditujukan untuk generasi milenial, tujuannya memberikan pelatihan serta pendampingan dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan, bisnis, dan pemasaran. Pada program pelatihan ini akan mendapatkan pembelajaran tentang beberapa aspek bisnis modern, seperti strategi pemasaran digital pada startegi pemasaran digital Para pelaku UKM dapat menghasilkan konten promosi yang lebih efektif dan menarik di berbagai platform media sosial. Keahlian ini sangat penting karena media sosial adalah salah satu alat pemasaran paling efektif saat ini. Selain itu, pelatihan ini juga

memberikan pemahaman mengenai tren dan algoritma media sosial sehingga konten yang dibuat dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menejemen merk, analisis pasar, keterampilan komunikasi.



Gambar 5 Workshop dengan tema Pengembangan Kualitas dan Inovasi Produk melalui Milenial Job Center (MJC)

Workshop dengan tema pengembangan kualitas dan inovasi produk melalui milenial job center (MJC) tujuannya Untuk meningkatkan kualitas UMKM terutama di perihal kemasan produk, acara ini diisi oleh berbagai penyaji yang sesuai di bidangnya masing-masing, yaitu mulai dari Biro Perekonomian Sekretariat Daerah Provinsi Jatim, PT FunVita, ICSB, serta tiga orang dari tim MJC sendiri. Dengan adanya workshop diharapkan tiga tujuan utama dari kegiatan ini dapat terwujud, yaitu melalui peningkatan kualitas UKM desain kemasan, peningkatan daya saing produk dan penjualan, dan peningkatan skill dan talenta mengenai desain produk untuk pelaku usaha.

b. Workshop penguatan pemasaran ekspor, program pelatihan ini lebih fokus pada penguatan strategi pemasaran ekspor. Pada pelatihan workshop akan diberi pemahaman tentang pasar global, tren konsumen internasional, dan cara efektif memasarkan produk kepasar luar negeri, materinya meliputi Teknik pemasaran offline dan online yang tepat untuk mencapai konsumen internasional, penggunaan media sosial sebagai promosi produk. Pelatihan pemasaran ekspor bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan mendalam tentang strategi dan prosedur ekspor kepada pelaku UKM. Dalam pelatihan ini, peserta mempelajari berbagai aspek penting dari ekspor, seperti persyaratan dokumen, prosedur bea cukai, dan regulasi internasional. Materi pelatihan juga mencakup analisis pasar internasional, membantu peserta memahami tren dan permintaan di berbagai negara. Dengan pengetahuan ini, pelaku UKM dapat mengidentifikasi peluang ekspor yang menguntungkan dan menyiapkan produk mereka sesuai standar internasional. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya memahami budaya bisnis di negara tujuan ekspor untuk membangun hubungan yang baik dengan mitra dagang asing. Peserta juga diberikan contoh kasus dan studi nyata untuk mempraktikkan strategi ekspor yang efektif.

Pelatihan ini juga mencakup strategi pemasaran internasional yang dapat meningkatkan daya saing produk UKM di pasar global. Peserta diajarkan tentang teknik branding dan positioning yang efektif untuk menarik perhatian konsumen luar negeri. Selain itu, pelatihan ini membahas penggunaan alat digital marketing, seperti website, media sosial, dan platform e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan begitu, pelaku UKM dapat memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk mereka secara global. Pelatihan ini juga memberikan panduan tentang cara mengelola logistik dan rantai pasokan untuk memastikan pengiriman produk tepat waktu dan

dalam kondisi baik. Semua ini dirancang untuk membantu UKM meningkatkan keberhasilan ekspor mereka.

c. Workshop peningkatan kemampuan kewirausahaan, yang bertujuan meningkatkan kemampuan wirausaha bagi para pelaku UKM. Workshop ini mengajarkan pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan pada saat mengelola bisnis dengan cara yang lebih efisien dan inovatif. Materi yang didapatkan meliputi manajemen keuangan, perencanaan bisnis, pengembangan produk dan layanan, strategi pertumbuhan bisnis. Selain itu juga terdapat pemahaman mengenai pentingnya inovasi, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan cara menghadapi tantangan dalam menjalankan bisnis. Pelatihan kewirausahaan ini juga menyediakan panduan praktis mengenai pembuatan rencana bisnis yang efektif. Peserta belajar cara menyusun rencana bisnis yang mencakup visi, misi, tujuan, serta strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Pelatihan ini juga memberikan contoh-contoh rencana bisnis yang sukses, sehingga peserta dapat memahami bagaimana menerapkan teori dalam praktik nyata. Dengan rencana bisnis yang jelas, pelaku usaha pemula dapat lebih fokus dan terarah dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini juga membantu mereka dalam mendapatkan dukungan finansial dari investor atau lembaga keuangan.

Pelatihan kewirausahaan ini juga menekankan pentingnya keterampilan manajemen dalam mengelola usaha. Peserta diajarkan tentang manajemen sumber daya manusia, manajemen operasional, dan manajemen risiko. Keterampilan ini sangat penting untuk memastikan bahwa usaha dapat berjalan secara efisien dan efektif. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang penggunaan teknologi dalam bisnis, seperti perangkat lunak manajemen dan alat-alat digital yang dapat meningkatkan produktivitas. Dengan keterampilan manajemen yang baik, pelaku usaha pemula dapat mengatasi tantangan yang muncul dan menjaga kelangsungan usaha mereka.

Melalui pelatihan ini, pelaku UKM dapat meningkatkan kualitas produk mereka serta memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk sukses dalam berbisnis. Produk UKM yang dipajang di galeri Cenderamata memiliki kesempatan untuk mengikuti ekspor dagang ke luar negeri. Namun, untuk dapat mengikuti ekspansi dagang tersebut, produk harus melewati tahap seleksi yang ketat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tahap seleksi ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang diwakili memiliki kualitas dan potensi untuk berhasil dalam pasar internasional. Tidak hanya pelatihan dan ekspansi dagang ke luar negeri, Dinas Koperasi Jawa Timur juga memberikan dukungan lainnya kepada UKM. Dukungan ini dapat berupa bantuan dalam hal promosi dan pemasaran produk, serta fasilitas lain yang membantu UKM dalam meningkatkan kapasitas produksi dan mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam proses ekspor. Fasilitas Cenderamata menjadi penting dalam upaya meningkatkan ekspor produk UKM karena merupakan tempat strategis untuk memamerkan produk-produk unggulan dari Jawa Timur. Dengan dipamerkannya produk-produk berkualitas di galeri Cenderamata, produk-produk tersebut mendapatkan eksposur yang lebih luas dan dapat menarik minat pembeli baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Selain itu, dengan adanya fasilitas Cenderamata, para pelaku UKM juga memiliki kesempatan untuk bertemu langsung dengan pembeli, termasuk pembeli dari luar negeri, yang berkunjung ke galeri tersebut. Hal ini membuka peluang baru bagi UKM untuk menjalin kerjasama bisnis dan memperluas pasar ekspor mereka. Pemanfaatan fasilitas Cenderamata juga memberikan dampak positif bagi citra produk UKM dari Jawa Timur. Dengan dipajangnya produk-produk berkualitas di galeri tersebut, citra produk UKM menjadi lebih baik di mata konsumen baik di dalam maupun di luar negeri. Hal ini juga dapat memperkuat daya saing produk UKM di pasar global. Strategi yang dilakukan

oleh Dinas Koperasi Jawa Timur untuk meningkatkan ekspor produk UKM melalui pemanfaatan fasilitas Cenderamata terbukti efektif. Dengan menyelenggarakan pelatihan, mengadakan ekspansi dagang ke luar negeri, dan memberikan dukungan finansial, Dinas Koperasi Jawa Timur berhasil membantu para pelaku UKM dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar ekspor, dan memperkuat daya saing produk UKM dari Jawa Timur di pasar global.

C. Analisis Teori

Pada Penelitian ini menggunakan teori sosiologi yaitu teori tindakan Max Weber, Teori tindakan merupakan teori yang dikemukakan oleh tokoh sosiologi Max Weber. Max Weber adalah tokoh yang sangat dikenal dalam sosiologi karena banyak teori-teori sosiologi yang didasarkan pada pemikirannya. Karya Weber sangat beragam dan menjadi dasar bagi berbagai penafsiran, sehingga mempengaruhi sejumlah besar teori-teori sosiologis. Pemikiran Weber sangat berpengaruh dalam teori fungsionalisme struktural yang dipelopori oleh Talcott Parsons. Selain itu, karya Weber juga dianggap penting dalam pengembangan teori konflik oleh R. Collins. Max Weber didasarkan pada konsep tindakan sosialnya, di mana membedakan antara tindakan sosial dan perilaku reaktif. Menurut Max Weber, perilaku adalah respon spontan manusia yang terjadi tanpa melalui proses pemikiran yang mendalam. Perilaku ini terjadi sebagai reaksi terhadap stimulus yang disajikan, dengan sedikit atau tanpa intervensi pemikiran. Jenis perilaku ini tidak menjadi fokus perhatian Weber dalam teorinya. Weber lebih tertarik pada tindakan yang jelas-jelas melibatkan proses pemikiran dan keputusan yang diambil antara terjadinya stimulus dan respon. Max Weber menyatakan bahwa sebuah tindakan terjadi ketika individu memberikan makna subjektif pada tindakan mereka. Tindakan adalah manifestasi dari sikap optimis yang tampak nyata (*overt behavior*). Agar sikap ini dapat diwujudkan dalam bentuk perbuatan konkret, diperlukan faktor pendukung atau kondisi yang sangat memungkinkan, salah satunya adalah ketersediaan fasilitas.

Teori tindakan sosial Max Weber berfokus pada motif dan tujuan pelaku. Dalam konteks teori ini, untuk memahami perilaku individu maupun kelompok, penting untuk mengenali bahwa masing-masing memiliki alasan tertentu untuk melakukan tindakan tertentu. Weber menyatakan bahwa cara terbaik untuk memahami berbagai alasan di balik tindakan seseorang adalah dengan mengklasifikasikan tindakan tersebut berdasarkan motif pelakunya. Tindakan ini dibagi menjadi empat jenis: tindakan tradisional, tindakan afektif, rasionalitas instrumental, dan rasionalitas nilai.

1. Tindakan tradisional adalah perilaku yang telah ada sejak lama dan diwariskan secara turun-temurun. Contohnya, "Saya melakukan ini karena itulah yang selalu dilakukan."
2. Tindakan afektif adalah perilaku yang dipengaruhi oleh kondisi emosional dan perasaan individu. Tindakan ini muncul saat seseorang merespons secara emosional terhadap situasi eksternal atau interaksi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan. Tipe tindakan ini memiliki peran penting dalam memahami berbagai jenis emosi manusia yang kompleks, seperti rasa simpati, kemarahan, ambisi, dan iri hati. Sebagai contoh, "Apa yang bisa saya lakukan?" merupakan ekspresi dari tindakan afektif.
3. Tindakan rasional instrumental adalah perilaku yang bertujuan untuk mencapai tujuan secara efisien dan dipertimbangkan secara rasional oleh individu yang bersangkutan. Sebagai contoh, "Ini adalah langkah paling efisien untuk mencapai tujuan dan harus dilakukan."
4. Rasionalitas nilai adalah tindakan rasional yang didasarkan pada nilai-nilai personal tanpa mempertimbangkan konsekuensi keberhasilan atau kegagalan tindakan

tersebut. Dalam jenis ini, pelaku memiliki kendali yang kuat terhadap tujuan akhir dan nilai-nilai yang menjadi satu-satunya fokusnya. Sebagai contoh, "Saya hanya tahu bahwa melakukan ini adalah yang benar."

Dalam penelitian tentang meningkatkan ekspor produk UKM melalui Galeri Cenderamata di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, teori tindakan Max Weber dapat memberikan pemahaman yang penting tentang motivasi dan tujuan para pelaku UKM dalam menerapkan strategi ekspor. Weber menekankan bahwa tindakan manusia, termasuk dalam konteks bisnis, didasarkan pada motif dan tujuan yang mendasar. Dalam hal ini, tujuan para pelaku UKM adalah meningkatkan ekspor produk mereka, dan penggunaan Galeri Cenderamata dapat dianggap sebagai bagian dari upaya mereka untuk mencapai tujuan tersebut. Penerapan teori tindakan Max Weber dalam penelitian ini relevan karena membantu dalam memahami faktor-faktor psikologis dan motivasi yang mendorong para pelaku UKM untuk mengambil langkah-langkah tertentu dalam meningkatkan ekspor produk. Max Weber mengklasifikasikan tindakan manusia ke dalam berbagai jenis, seperti tindakan rasional instrumental dan tindakan rasional nilai, yang masing-masing dapat menjelaskan bagaimana para pelaku UKM memilih strategi ekspor mereka berdasarkan pertimbangan rasional atau nilai-nilai personal. Dengan memahami berbagai jenis tindakan menurut Weber, penelitian ini dapat mengidentifikasi motif dan tujuan para pelaku UKM dalam memilih Galeri Cenderamata sebagai sarana untuk mempromosikan dan meningkatkan ekspor produk mereka. Sebagai contoh, beberapa pelaku UKM mungkin memilih galeri ini karena dianggap sebagai alat yang efisien dan efektif dalam mencapai tujuan ekspor, sesuai dengan tindakan rasional instrumental yang didefinisikan oleh Weber. Selain itu, teori tindakan Max Weber juga mempertimbangkan tindakan afektif, yang dipengaruhi oleh kondisi emosional individu. Dalam konteks penelitian ini, beberapa pelaku UKM mungkin memilih Galeri Cenderamata karena didorong oleh keinginan untuk mendapatkan dukungan emosional dan jaringan sosial dari komunitas UKM lokal, yang sesuai dengan konsep tindakan afektif yang dipahami oleh Weber. Dengan demikian, teori tindakan Max Weber memberikan landasan yang kuat untuk memahami kompleksitas motif dan tujuan para pelaku UKM dalam memilih strategi pemanfaatan Galeri Cenderamata untuk meningkatkan ekspor produk mereka. Dengan memperhatikan aspek-aspek psikologis dan nilai-nilai yang mendasari tindakan mereka, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang dinamika di balik strategi ekspor UKM dan implikasinya dalam konteks pengembangan ekonomi lokal.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan galeri cenderamata yang dilakukan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan ekspor produk usaha kecil dan menengah. Melalui galeri ini, pelaku usaha kecil dan menengah dapat memamerkan dan menjual produknya baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan menyediakan platform seperti galeri ini, layanan kolaboratif secara khusus membantu usaha kecil dan menengah memperluas jangkauan pasar dan memperkuat daya saing produknya. Strategi pemanfaatan galeri memorabilia yang diterapkan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil mencakup berbagai kegiatan seperti pemberian pelatihan, pembinaan, dan proses kurasi produk. Hal ini membantu usaha kecil dan menengah meningkatkan kualitas produk, memahami kebutuhan pasar global, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, galeri tidak hanya memamerkan produk, tetapi juga menjadi tempat bagi

usaha kecil dan menengah untuk belajar dan berkembang.

Selain itu, pemanfaatan Galeri Souvenir juga memperkuat integrasi UKM dengan pasar dan konsumen. Melalui galeri ini, pelaku usaha kecil dan menengah dapat membangun hubungan bisnis yang lebih baik dengan dealer, agen pemasaran, dan calon pembeli. Ini memperluas jaringan bisnis Anda dan meningkatkan peluang penjualan produk usaha kecil. Secara keseluruhan, pemanfaatan Galeri Cenderamata oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur merupakan langkah positif dalam mendukung tumbuh dan berkembangnya sektor UKM di daerah. Penyusunan strategi lebih lanjut dan peningkatan fasilitas yang tersedia bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang membantu pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti memberi saran untuk pihak terkait, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat dengan adanya galeri cenderamata ini dapat meningkatkan pemahaman mengenai produk lokal ukm. Pentingnya membeli, mensuprot produk lokal dan mendukung ukm yang ada.
2. Bagi pelaku UKM untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat memenuhi syarat untuk bisa dipasarkan, dijual di galeri cenderamata dan di ekspor keluar negeri.
3. Bagi Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur untuk terus mensuprot, memberikan pelatihan, dukungan dan membantu para pelaku UKM agar produk mereka menarik, layak dan bisa dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adidarma, W. "Strategi Produk Untuk Mengatasi Hambatan Ekspor Ukm Industri Kerajinan Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 13, no. 1 (2015): 39–54. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs/article/view/3337>.
- Bastian, M. "Pengaruh Ekspor Impor Terhadap Ekonomi Indonesia." *Jurnal Ilmiah*, no. 16102134 (2019): 12. https://www.academia.edu/download/61745858/1578714974257_M_BASTIAN_1610213420200110-91490-1mekdua.pdf.
- Berbagai Macam Produk UMKM Se Provinsi Jawa Timur Terdapat Di Galeri Cenderamata. "No Title," n.d.
- Cenderamata, Fasilitas Galeri Batik dan. "No Title," n.d.
- Diondi Nugroho, Enna Marlina, Friza Pertiwi, and Nanda Dewi Anggraeni. "Strategi Pemasaran Ekspor Pada Ukm Kerupuk Tiga Warna Dalam Memasuki Pasar Global." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 2 (2022): 87–101. <https://doi.org/10.59024/semnas.v1i2.8>.
- Fordatkosu, Selpianus, Robby Joan Kumaat, and Dennij Mandej. "Analisis Pengaruh Ekspor Impor Dan Jumlah Uang Beredar (M2) Di Indonesia Terhadap Nilai Tukar Rupiah/US\$ Dollar (2000-2019)." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 21, no. 7 (2021): 127–37.
- Ilham, Bahrul ulum. "Pendampingan Kurasi Produk Pada UMKM Gaddeta Di Kota Makassar." *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)* 3, no. 1 (2023): 30–34. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v3i1.370>.
- Irman, Mielientesa, and Viona Azani. "Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) - Usaha Mikro (Umi) - Usaha Kecil (UK) UNIT USAHA," no. 78 (2016): 104–20.
- MJC, Mengangkat kualitas UMKM Melalui Workshop Pengembangan Kualitas dan Inovasi Produk bersama. "No Title," n.d.
- Musyabiq, Sofyan W, Suwarjo, and Muhartono. "Edukasi Hazard Analysis Critical Point (HACCP)

- Pada Industri Rumah Tangga (IRT) Abon Lele 22 Hadimulyo Metro.” Jurnal Pengabdian Masyarakat Ruwa Jurai, 2018, 135–38.
- Partomo. “Pengertian Usaha Kecil Menengah,” n.d., 17–49.
- Prenada, Media. “Teori Fungsionalisme Struktural Agil Talcott Parsons.” Sosiologi, 2005, 12–15.
- Ramadhan, Semarakkan Ramadhan 1445 H Diskop UKM Jatim Gelar Pasar Murah dan Bazar. “No Title,” n.d.
- Somantri, Gumilar Rusliwa. “Memahami Metode Kualitatif.” Makara Human Behavior Studies in Asia 9, no. 2 (2005): 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>.
- Turama, Akhmad Rizqi. “Formulasi Teori Fungsionalisme Struktural Talcott Parsons.” PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING 15, no. 1 (2016): 165–75. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>.