

**PENGARUH PERAN LEMBAGA EXPORT CENTER SURABAYA (ECS)
TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR PRODUK UMKM
(Studi pada UMKM Binaan)**

Muhammad Hafizol

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
muhammadhafizol123@gmail.com

Agung Pujianto

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
agung@untag-sby.ac.id

Awin Mulyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
awin@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh peran Export Center Surabaya terhadap peningkatan ekspor produk UMKM, khususnya pada UMKM Binaan. dengan berbagai program kerja dan fasilitas dari Export Center Surabaya penting bagi kita mengetahui apakah sudah efektif dalam membantu UMKM dalam menembus pasar global. metode penelitian yang digunakan ada pendekatan kuantitatif dengan desain survei. dimana data dikumpulkan melalui e-questioner yang dibagikan kepada 31 responden yang merupakan pelaku ekspor. analisis penelitian yang dilakukan adalah analisis linier sederhana dan analisis regresi dengan standar error robust untuk menguji pengaruh peran Lembaga Export Center Surabaya terhadap peningkatan ekspor produk UMKM. hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Lembaga Export Center Surabaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan ekspor produk UMKM. penelitian ini memberikan wawasan kepada Lembaga terkait untuk lebih efektif dalam mendukung ekspor produk UMKM agar terus berdampak terhadap perekonomian Indonesia.

Kata kunci: *Export Center Surabaya, UMKM, Peningkatan Ekspor, Peran Lembaga, Program Kerja, Fasilitas Ekspor*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang disingkat UMKM mempunyai dampak yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia. UMKM juga memainkan peran strategis dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sarwono (2015) mengungkapkan bahwa UMKM memiliki presentase sebesar 99,99% dari keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Pada krisis moneter 1998 UMKM di Indonesia relatif mampu bertahan dibanding perusahaan skala besar.

Data yang diperoleh dari Kadin (2024) di tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 66 juta, memberikan kontribusi signifikan sebesar 61%

terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia atau setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menyerap sekitar 117 juta pekerja, yang merupakan 97% dari total tenaga kerja nasional. Data ini tercermin dari banyaknya UMKM yang beroperasi di berbagai sektor bisnis di sekitar kita, seperti industri makanan, tekstil, dan kerajinan. Hal ini menunjukkan peran penting UMKM dalam perekonomian Indonesia.

Banyak produk-produk UMKM di Indonesia memiliki kualitas dan keunikan tersendiri yang memiliki Kesempatan luas untuk bersaing di pasar global. Produk-produk seperti batik, tenun, ukiran kayu, alat musik tradisional memiliki nilai seni yang tinggi, begitu juga dengan kopi dan buah-buahan eksotis Indonesia merupakan produk yang harus diupayakan untuk bisa di ekspor ke pasar global. Namun faktanya kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional pada tahun 2024 baru mencapai sekitar 15,7% dari total ekspor Indonesia, yang masih lebih rendah dibandingkan Singapura sebesar 41% dan Thailand yang mencapai 29%. (Kemenko Perekonomian, 2024)

Dalam upaya meningkatkan ekspor produk UMKM, pemerintah telah menyediakan berbagai dukungan, termasuk melalui pembentukan Export Center Surabaya (ECS) dan Export Center Makassar (ECM) yang berada di bawah naungan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Ekspor Center Surabaya (ECS) beralamat di Kota Surabaya, Jawa Timur. ECS berperan aktif dalam membantu UMKM menembus pasar global. Layanan konsultasi, penyebaran *inquiry* (permintaan hubungan dagang), *business matching*, mediasi kasus dagang dan pendampingan teknis membuat ECS menjadi mitra strategis bagi UMKM. Melalui berbagai program yang ditawarkan, ECS berupaya untuk membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar internasional. (Exportcenter.id, 2022)

Export Center Surabaya (ECS) memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekspor UMKM di Indonesia khususnya di sekitar wilayah Jawa Timur. Dengan berbagai program dan fasilitas yang disediakan, ECS dapat menjadi jembatan bagi UMKM untuk menembus pasar global. Namun tentunya ECS juga dihadapkan pada sejumlah tantangan untuk membawa UMKM Indonesia terutama di Jawa Timur ke pasar global.

Dari perbincangan peneliti dengan salah satu tenaga teknis di Export Center Surabaya bahwa jumlah pelaku usaha yang terdaftar sebagai UMKM binaan mencapai ratusan, namun sejauh ini yang berhasil dalam melakukan ekspor produk masih didominasi para pelaku usaha besar sedangkan, UMKM binaan baru sebagian kecil yang berhasil dalam melakukan ekspor perdana mereka. Menurutnya ada banyak faktor yang menjadi penyebab sulitnya para pelaku UMKM dalam melakukan ekspor pertama mereka, faktor utama ialah berkaitan dengan mental, di mana kesungguhan dan kegigihan para pelaku usaha dalam menghadapi setiap tantangan dan hambatan baik internal maupun eksternal perusahaan dalam proses kegiatan ekspor. Selain itu berkaitan dengan ketersediaan produk, sumber daya yang dimiliki mulai dari keterbatasan modal, sarana-prasarana yang dimiliki maupun sumber daya manusia yang terampil.

Dari perbincangan tersebut peneliti juga mendapatkan informasi bahwa Karakteristik produk yang layak ekspor harus memenuhi beberapa kriteria, pertama

ialah ketersediaan produk, artinya produk yang di ekspor harus tersedia dan berkesinambungan ketika ada permintaan dari luar negeri, bukan sekedar produk musiman yang hanya ada pada waktu-waktu tertentu. Kedua, produk yang diekspor bukan produk terlarang baik di negara asal maupun negara tujuan. Ketiga ialah harus memenuhi standar mutu produk ekspor. Jika produk sudah layak maka eksportir harus menemukan *buyer* di luar negeri dan memenuhi semua persyaratan dokumen ekspor kemudian bisa melakukan ekspor ke luar negeri.

Melansir Siaran Pers (2024) bahwa Kementerian Perdagangan melalui Export Center Surabaya berhasil memfasilitasi ekspor perdana dua UMKM ke pasar internasional non-tradisional. CV Wahana Surya sukses mengekspor senilai USD 2 juta ke negara Tahiti dan Qatar dengan produk dekorasi rumah dan perabotan rumah tangga berbahan plastik. Selanjutnya, PT Daya Matahari Utama juga berhasil menembus pasar Korea Selatan dengan produk gurita senilai USD 57,7 ribu dan melanjutkan ekspor produk perikanan lainnya seperti lobster, tuna, dan makarel ke Malaysia senilai USD 79,8 ribu. Ini membuktikan bahwa UMKM juga bisa bermain dipasar ekspor plastik dan hasil laut yang biasanya dilakukan oleh para pengusaha besar.

Dari keberhasilan PT Daya Matahari Utama dan CV Wahana Surya tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional melalui ekspor. Namun, berbagai tantangan dan kendala menyebabkan presentase keberhasilan UMKM dalam ekspor khususnya para UMKM binaan Ekspor Center Surabaya masih terbilang kecil, padahal lembaga Export Center Surabaya (ECS) sudah banyak memberikan berbagai fasilitas gratis bagi para UMKM untuk membantu ekspor produk mereka

Berdasarkan paparan di atas peneliti ingin mengidentifikasi tentang seberapa signifikan Lembaga ECS berpengaruh terhadap peningkatan ekspor produk UMKM. Kemudian bagaimana kontribusinya terhadap keberhasilan para pelaku usaha dalam meningkatkan pertumbuhan ekspor perusahaan mereka, khususnya para UMKM Binaan.

Hasil penelitian terdahulu dari Nafis (2023), menjelaskan bahwa Export Center Surabaya melakukan tiga upaya internasionalisasi produk UMKM Jawa Timur dengan menggunakan konsep Adaptasi, Agregasi, dan Arbitrase. Konsep Adaptasi berarti menyesuaikan produk dengan permintaan pasar ekspor, Agregasi menghubungkan UMKM dengan kebutuhan pasar ekspor, dan Arbitrase berfokus pada pencarian pasar ekspor yang berpotensi memberikan keuntungan. Upaya ini bertujuan membantu UMKM menembus pasar internasional secara efektif

Rica (2024) Mengungkapkan bahwa Export Center Surabaya (ECS) memiliki peran penting dalam mendukung UMKM melalui tiga aspek utama. Pertama, ECS menyediakan pendampingan dan konsultasi menyeluruh secara daring dan luring, yang mencakup analisis produk, evaluasi kualitas, penilaian potensi pasar, serta memberikan rekomendasi agar produk sesuai dengan preferensi pasar Arab Saudi. ECS juga bekerja sama dengan ITPC Jeddah untuk membangun kemitraan dengan distributor lokal dan memberikan pelatihan tentang manajemen rantai pasok, keuangan, dan strategi penetapan harga. Kedua, ECS bersama ITPC Jeddah memfasilitasi promosi dagang melalui program business matching dan platform

InaExport. Ketiga, ECS dan ITPC menyediakan informasi melalui sosialisasi dan lokakarya daring. Dengan layanan terintegrasi ini, ECS berperan aktif dalam meningkatkan ekspor produk UMKM Jawa Timur.

Perbedaan antara kedua penelitian sebelumnya dengan penelitian ini ialah, penelitian pertama membahas secara umum tentang upaya atau konsep apa saja yang dilakukan ECS dalam membantu internasionalisasi produk UMKM di Jawa Timur spesifik pada tahun 2022 sedang penelitian ini membahas tentang seberapa besar pengaruh peran ECS sebagai Lembaga pendukung ekspor terhadap peningkatan ekspor produk UMKM Binaan. pada penelitian kedua, terletak terletak pada fokus dan ruang lingkupnya, judul penelitian tersebut membahas peran bersama Export Center Surabaya dan International Trade Promotion Center Jeddah dalam meningkatkan ekspor produk makanan olahan UMKM Jawa Timur pada tahun 2023, sedangkan penelitian ini hanya menyoroti pengaruh peran Export Center Surabaya terhadap peningkatan ekspor produk UMKM secara umum dengan studi pada UMKM binaan, tanpa membatasi jenis produk atau lokasi spesifik.

Dari hasil penelitian Syafi, Wati, et al., (2023) menjelaskan bahwa fasilitas kepabeanan, yakni fasilitas Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE) dan Kawasan Berikat (KB) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai ekspor perusahaan. Fasilitas KITE dan KB ini ialah semacam bentuk insentif fiskal dan kemudahan lainnya yang diberikan oleh pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan ekspor perusahaan

Menurut Cateora dan Graham (2002) pemasaran internasional adalah pelaksanaan aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mengarahkan aliran barang dan jasa perusahaan kepada konsumen atau pengguna di lebih dari satu negara untuk mendapatkan keuntungan. Menurut (Purwoko, 2024:3) pemasaran internasional adalah kinerja kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mengarahkan aliran barang dan jasa dari perusahaan kepada konsumen atau pengguna di lebih dari satu negara dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Kotler & Keller (2016) menjelaskan ada beberapa cara yang bisa dimasuki ketika ingin memasuki pasar global yaitu Ekspor langsung, ekspor tidak langsung, lisensi, *join venture* dan *direct investment*. Sejumlah perusahaan memilih ekspor secara langsung maupun tidak langsung sebagai langkah awal untuk menguji pasar internasional sebelum memutuskan mendirikan fasilitas produksi di luar negeri.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan utamanya. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Jawa Timur selama kurang lebih 5 bulan yaitu dari bulan februari sampai bulan Juni 2025. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah Lembaga Export Center Surabaya dan para UMKM Binaan yang dipilih oleh peneliti dan sudah menembus pasar ekspor yang berjumlah sebanyak sembilan perusahaan (UMKM), dimana setiap perusahaan diwakili oleh dua sampai empat pelaku ekspor Teknik sampling pada penelitian ini yaitu non probability sampling, lebih tepatnya sampling jenuh. Sampling dikatakan jenuh

(tuntas) ketika seluruh anggota populasi dijadikan sampel (Hardani et al., 2023). dimana dalam peneltian ini berjumlah sebanyak 31 responden.

Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang didapat dengan meneyerahkan e-kuesioner berbentuk pernyataan kepada responden. selain itu peneliti juga menggunakan data sekunder dari publikasi ilmiah, publikasi pemerintah, dan buku, Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik menggunakan SPSS V31. Jenis analisis yang digunakan yaitu uji asumsi klasik (normalitas, uji linieritas, uji heterokedastisitas), uji analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis (uji koefisien determinasi R^2 dan uji t parsial).

C. HASIL PENELITIAN

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Tampilan Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.30008847
Most Extreme Differences	Absolute		.113
	Positive		.085
	Negative		-.113
Test Statistic			.113
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.390
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.378
		Upper Bound	.403

Sumber: diolah peneliti dari SPSS V31

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Asym.Sig Sebesar 0,200 sehingga menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji linieritas

Tabel 2. Tampilan Uji Linieritas

ANOVA Table			Sig.
Peningkatan Ekspor Produk UMKM * Peran Lembaga export Center Surabaya	Between Groups	(Combined)	<.001
		Linearity	<.001
		Deviation from Linearity	.485

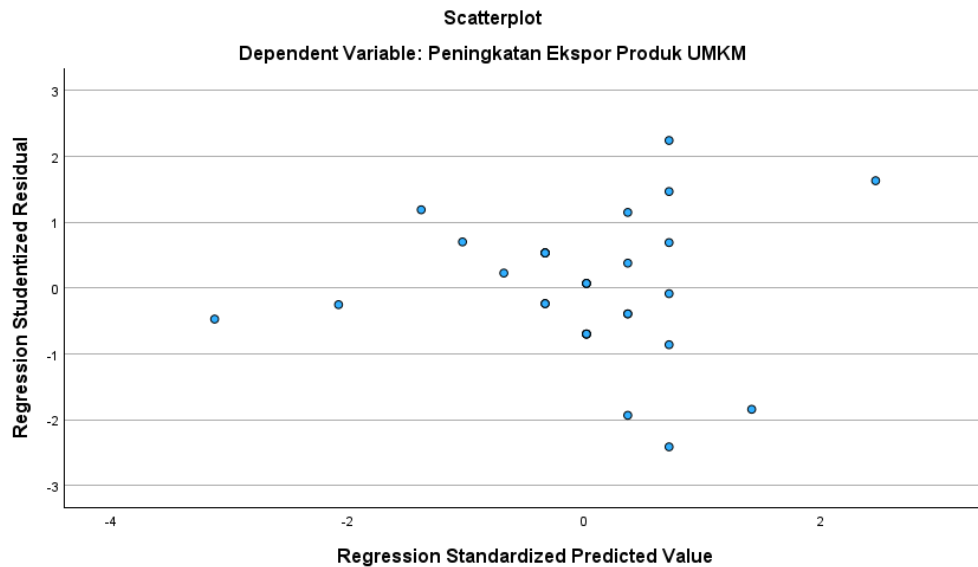
Sumber: diolah peneliti dari SPSS V31

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai deviation from linieraity ialah 0.485 > 0.05 maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linier antara variabel Peran

Lembaga Export Center Surabaya (X) dengan Vaariabel Peningkatan Ekspor Produk UMKM (Y).

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Tampilan Uji Heteroskedastisitas



Sumber: diolah peneliti dari SPSS V31

Dari output diatas dapat dilihat bahwa bahwa titik-titik menyebar baik diatas maupun dibawah di titik nol sehingga data variabel X tidak terjadi gejala heterojedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Tampilan Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.080	2.788		1.464	.154
	Peran Lembaga export Center Surabaya	.601	.084	.798	7.126	<.001

a. Dependent Variable: Peningkatan Ekspor Produk UMKM

Sumber: diolah peneliti dari SPSS V31

Berdasarkan output dari spss diatas maka dapat dirumuskan model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 4.080 + 0.601X + e$$

model persamaan regresi tersebut bermakna:

- a. Constanta (a) = 4.080 artinya apabila variabel Peran Lembaga Export Center Surabaya (X) itu tetap atau konstan, maka Peningkatan Ekspor Produk UMKM mengalami kenaikan sebesar 4.080
- b. Coefisien arah regresi / B (X) = 0.601 (bernilai positif) artinya jika variabel Peran Lembaga Export Center Surabaya (X) meningkat satu satuan, maka Peningkatan Ekspor Produk UMKM akan mengalami kenaikan 0.600
5. Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 4. Tampilan Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.636	.624	1.32231
a. Predictors: (Constant), Peran Lembaga export Center Surabaya				

Sumber: diolah peneliti dari SPSS V31

Berdasarkan output diatas maka dapat diperoleh nilai R square sebesar 0.636 bermakna bahwa Peran Lembaga Export Center Surabaya mempengaruhi peningkatan ekspor produk UMKM sebesar 63.6 % sedangkan sisanya 36.4 % dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun beberapa variabel tersebut ialah seperti fasilitas-fasilitas ekspor, kebijakan pemerintah, bantuan permodalan dan sebagainya.

6. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Tabel 5 Tampilan Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.080	2.788		.154
	Peran Lembaga export Center Surabaya	.601	.084	.798	<.001
a. Dependent Variable: Peningkatan Ekspor Produk UMKM					

Sumber: diolah oleh peneliti dari SPSS V31

Dari output diatas nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ sehingga pengujian uji T memperoleh hasil sebagai berikut:

Ho: Peran Lembaga export Center Surabaya tidak berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Ekspor Produk UMKM

Ha: Peran Lembaga export Center Surabaya berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Ekspor Produk UMKM.

Berdasarkan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ maka diartikan hipotesis nihil (Ho) yang berbunyi “Peran Lembaga Export Center Surabaya tidak berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Ekspor Produk UMKM” ditolak, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0.01 < 0.05$ artinya probabilitas kesalahan menolak Ho adalah 0.01%. Sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi “Peran Lembaga export Center Surabaya berpengaruh signifikan terhadap peningkatan ekspor produk UMKM” diterima. maka dapat disimpulkan ada pengaruh peran Lembaga Export Center Surabaya terhadap peningkatan ekspor produk UMKM.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara peran Lembaga Export Center Surabaya terhadap peningkatan ekspor produk UMKM. ini dibuktikan dari peningkatan volume ekspor dan kenaikan kapasitas produksi dari pelaku usaha menjadi indikator utama yang menunjukkan kenaikan tersebut. yang artinya hipotesis peran Export center Surabaya berpengaruh signifikan terhadap peningkatan ekspor produk UMKM diterima.

PT Siklus Karya Global merupakan salah satu UMKM Binaan Export Center Surabaya yang berhasil menembus pasar ekspor sejak lebih dari tiga tahun. dimana saat ini perusahaan tersebut telah berhasil mengekspor produk material dan berbagai furniture plastik dari bahan daur ulang. Adapun negara yang menjadi tujuan ekspornya sampai saat ini sudah ada lima negara yaitu Singapore, Malaysia, Australia, Amerika dan Spanyol. Adapun nilai ekspor PT Siklus karya global sebelum bergabung dengan Export Center Surabaya ialah masih sekitar 30 juta rupiah dan terus meningkat setelah bergabung Export Center Surabaya nilainya meningkat selama tiga tahun terakhir, dimana tahun 2023 mereka berhasil mencatatkan nilai ekspor senilai kurang lebih 100 juta rupiah, dilanjutkan 2024 meningkat pesat menjadi 600 juta rupiah, dan pada pertengahan 2025 ini mereka sudah mencatatkan nilai ekspor setidaknya 400 juta rupiah. Nilai ini akan terus bertambah setelah mengikuti pameran dagang INDEX Dubai 2024. dimana informasi mengenai adanya pameran dagang tersebut mereka peroleh Export Center Surabaya. Dari pameran tersebut mereka berpotensi memperoleh transaksi setidaknya 2.5 – 3 miliar rupiah. dari uraian diatas kita melihat bagaimana peran Export Center Surabaya berpengaruh terhadap peningkatan nilai ekspor PT Siklus Karya Global.

D. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan dua hal yang pertama mengenai karakteristik responden yang menjadi binaan ekspor center Surabaya, yang kedua terkait dengan hasil analisis variabel yang peneliti ajukan dalam penelitian.

Berdasarkan karakteristik responden yang menjadi binaan dapat disimpulkan yaitu dari berapa lama dalam melaksanakan ekspor ialah paling singkat dibawah

satu tahun dan paling lama di atas lima tahun, dan paling banyak ialah sudah melaksanakan ekspor selama satu tahun. berdasarkan negara tujuan ekspor mayoritas responden paling banyak mengekspor produk mereka ke Jepang, China dan Thailand. Dan dari Sektor usaha yang paling banyak digeluti ialah bidang Furniture atau kerajinan.

Berdasarkan hasil analisis variabel peran lembaga Export Center Surabaya memiliki pengaruh terhadap peningkatan ekspor umkm, dari sisi peningkatan dapat dilihat dari peningkatan volume ekspor dan kenaikan kapasitas produksi. dan dari sisi peran Lembaga Export Center Surabaya dapat dilihat dari penyediaan ruang konsultasi dan program percepatan ekspor yang dilaksanakan merupakan dua indikator utama yang menyebabkan peningkatan signifikan terhadap ekspor produk UMKM tersebut. dengan mengoptimalkan lagi program tersebut maka akan semakin berdampak positif pada produktivitas ekspor produk UMKM binaan.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah dan lembaga terkait perlu meningkatkan program percepatan ekspor untuk mempercepat proses ekspor UMKM dan penyebaran informasi kontrak dagang dari pembeli internasional ke pelaku usaha agar mempercepat proses ekspor produk mereka.
2. UMKM perlu mempertimbangkan efektifitas produksi dan biaya operasional. dengan mengefisiensi dua hal tersebut agar laba ekspor yang diperoleh menjadi maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Cateora, Philip R. dan Graham, J. L. (2002). *International Marketing*. McGraw-Hill Companies, Inc.
- Exportcenter.id. (2022). *About Export Center Surabaya (ECS)*. Kemendag Indonesia. <https://exportcenter.id/>
- Hardani, Andriani, H., & Dkk. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV Pustaka Ilmu.
- KADIN. (2024). *UMKM Indonesia*. KADIN INDONESIA. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kotler, P., & Keller, K. 1. (2016). *marketing management* (16th ed.). pearson education. <https://app.box.com/s/jl6fgnp2xrpxv0evjq6jlicklh7d3s0e>
- Nafis, C. (2023). *Upaya Internasionalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur Oleh Export Center Surabaya Menembus Pasar Ekspor Pada Tahun 2022*. https://digilib.uinsa.ac.id/65693/2/ChilyatunNafis_I02219009.pdf
- Perekonomian, K. (2024). *Menko Airlangga: Pemerintah Dukung Bentuk Kolaborasi Baru agar UMKM Indonesia Jadi Bagian Rantai Pasok Industri Global*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5885/menko-airlangga-pemerintah-dukung-bentuk-kolaborasi-baru-agar-umkm-indonesia-jadi-bagian-rantai-pasok-industri-global>
- Purwoko. (2024). *Manajemen Pemasaran Internasional* (E. Suncaka, Ed.). SULUR PUSTAKA.

- Rica, I. A. (2024). *Peran Export Center Surabaya Dan International Trade Promotion Center Jeddah Arab Saudi Dalam Meningkatkan Ekspor Produk Makanan Olahan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur Tahun 2023*. <http://digilib.uinsa.ac.id/72301/>
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Siaran pers (Issue 5). (2024). <https://www.kemendag.go.id/public/news/Wthp1GW3h2x7SJ6OMo5OdF3079vRmcMIrndOBKHe.pdf>
- Syafi, M., Wati, L. N., & Priyati, R. Y. (2023). Pengaruh Fasilitas Kepabeanan Terhadap Nilai Ekspor Dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 8(1), 63–76. <https://doi.org/10.33105/itrev.v8i1.551>