

Analisis Kolaborasi Pemerintah dan UMKM dalam Mendorong Ekspor Kota Bandung di Tengah Tantangan Global

Minhajuddin^{1*}, Nurul Aziz Pratiwi² Dhenahi Jerfiani Wendiyan³

¹ Prodi Perdagangan Internasional, Universitas 'Aisyiyah Bandung; minhajuddin@unisa-bandung.ac.id

² Prodi Perdagangan Internasional, Universitas 'Aisyiyah Bandung; nurul.aziz@unisa-bandung.ac.id

³ Prodi Perdagangan Internasional, Universitas 'Aisyiyah Bandung; Dhenahijerfiani@Gmail.com

Abstrak. Pada periode Januari - Desember 2024, Jawa Barat merupakan provinsi dengan nilai ekspor terbesar mencapai US\$37.872,3 juta. Namun demikian, Jawa Barat masih mempunyai potensi ekspor yang sangat besar yang harus dielaborasi oleh seluruh stakeholders. Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi strategi pemerintah dalam rangka meningkatkan volume ekspor UMKM di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekspor UMKM Kota Bandung di tengah tantangan global. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pihak terkait. Teknik analisis data menggunakan bantuan software Nvivo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat enam hal penting yang harus diperhatikan oleh pemerintah untuk meningkatkan ekspor yaitu pelatihan dan regulasi, wadah dan pendampingan, fasilitas teknis dan logistik, media promosi, diplomasi perdagangan, akses pasar, serta kolaborasi dan jejaring.

Keywords: Strategi Pemerintah; Ekspor; UMKM; Tantangan Global; Kolaborasi

DOI: <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v6i2.445>

*Correspondensi: Minhajuddin

Email: minhajuddin@unisa-bandung.ac.id

Received: 15-04-2026

Accepted: 20-04-2026

Published: 21-04-2026



Copyright: © 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

logistical facilities, promotional media, trade diplomacy, market access, as well as collaboration and networking.

Abstrak. During the period of January until December 2024, West Java was the province with the highest export value, reaching USD 37,872.3 million. Nevertheless, West Java still possesses a significant export potential that must be elaborated on by all stakeholders. This study aims to elaborate on the government's strategies to increase the export volume of SMEs in Bandung City. The study employs a qualitative approach with a descriptive research design. The qualitative approach was chosen because this research seeks to gain an in-depth understanding of the government's strategies in promoting the growth of SME exports in Bandung City amid global challenges. Data analysis techniques was conducted using Nvivo software. The results indicate that there are six critical aspects that the government must consider to enhance exports: training and regulations, institutional support and mentoring, technical and

Keywords: Government Strategies; Export; SMEs; Global Challenges; Collaboration

Pendahuluan

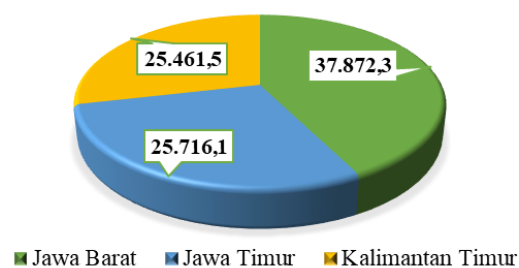
Dinamika perdagangan internasional khususnya dalam konteks ekspor impor, tidak hanya terkait aspek bisnis yang dikendalikan oleh kebijakan-kebijakan ekonomi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kebijakan politik (Hata, 2021). Kajian ini biasanya dikenal dalam analisis ekonomi politik internasional yang menempatkan aspek ekonomi dan politik pada unsur yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perdagangan

internasional. Kebijakan di bidang ekspor dan impor tidak hanya bergantung pada pertimbangan keuntungan atau kerugian ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika hubungan antara dua atau lebih negara. Meskipun orientasi ekonomi sering menjadi fokus utama, keberhasilan implementasi kebijakan tersebut juga ditentukan oleh kondisi hubungan politik antarnegara. Ketika hubungan antarnegara kondusif, aktivitas perdagangan internasional dapat berlangsung lebih lancar, sementara ketegangan atau konflik sering kali menjadi penghalang signifikan.

Di sisi lain, ketegangan politik internasional berdampak pada kebijakan perdagangan dan memunculkan hambatan perdagangan, seperti tarif tinggi, pembatasan kuota, atau sanksi ekonomi yang dapat memperlambat arus barang antar negara. Misalnya, dalam konflik perdagangan antara negara besar seperti perang dagang antara Amerika Serikat dan Cina, kebijakan tarif yang diterapkan dapat memengaruhi arus ekspor impor secara global termasuk Indonesia. Salah satu contoh yang paling dirasakan oleh Indonesia adalah mengurangi permintaan bahan baku impor dari Amerika Serikat dan Cina untuk barang-barang ekspor Indonesia (Sonny, 2020).

Di tengah dinamika tantangan terjadi di perdagangan internasional, aktivitas ekspor Indonesia berkembang dengan pesat karena peran serta dari para pelaku usaha di berbagai provinsi untuk terlibat dalam aktivitas ekspor. Jawa Barat merupakan provinsi yang dikenal sangat potensial dalam bidang ekspor melalui ekonomi kreatif. Selain itu, juga termasuk salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia, khususnya dalam sektor ekspor. Dengan berbagai aneka macam industri, mulai dari manufaktur, tekstil, hingga elektronik, Jawa Barat mampu memposisikan diri sebagai kontributor ekspor terbesar di Indonesia. Pada periode Januari sampai Desember 2024, provinsi Jawa Barat memberikan sumbangsih terbesar terhadap ekspor nasional dengan nilai US\$37.872,3 juta atau 14,31% dari total nilai ekspor nasional sebesar US\$264.703,0 (BPS, 2024).

NILAI EKSPOR INDONESIA MENURUT PROVINSI ASAL
BARANG DAN PELABUHAN MUAT (JUTA US\$)
JANUARI-DESEMBER 2024



Gambar 1: Nilai Ekspor Indonesia 2024

Data tersebut di atas mengindikasikan bahwa Jawa Barat tidak hanya memiliki keunggulan daya saing dalam pasar global, tetapi juga menegaskan peran strategisnya dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Keunggulan ini tercermin dari produktivitas pelaku UMKM, inovasi teknologi, dan industri kreatif yang meningkat signifikan. Pelaku ekonomi kreatif mayoritas berasal dari UMKM, salah satu penyokong ekonomi kreatif terbanyak di Indonesia adalah Jawa Barat dengan persentase kegiatan

ekspor ekonomi kreatif mencapai 33,64% (Wijayanti et al., 2024). Hal ini yang menjadikan Jawa Barat khususnya kota Bandung dikenal sebagai kota kreatif dan didukung oleh pemerintah melalui berbagai program seperti pasar kreatif, Karya Kreatif Jawa Barat (KKJB) dan Pekan Kerajinan Jawa Barat (PKJB) (Bappeda Jawa Barat, 2025). Terdapat berbagai kreativitas yang melibatkan pemerintah dan masyarakat dalam mengembangkan industri kreatif di kota Bandung seperti desain fasilitas umum, komunitas fotografi, seni pertunjukan, serta pengembangan animasi dan aplikasi permainan.

Meskipun kota Bandung memiliki berbagai keunggulan, seperti perkembangan ekspor yang positif dan jumlah pelaku UMKM yang mencapai 464.346 unit (Khalisa, 2023). Namun demikian, terdapat berbagai tantangan yang muncul di tengah pelaku UMKM antara lain lingkungan peraturan, akses ke pembiayaan eksternal, dan kualitas jaringan bisnis. Lingkungan regulasi mencakup berbagai faktor, termasuk kebijakan pemerintah, peraturan, dan prosedur birokrasi yang membentuk lingkungan operasional UMKM (Saputri et al., 2024). selain itu tentunya tantangan global yang juga menjadi perhatian pemerintah karena sangat signifikan dalam mempengaruhi pertumbuhan ekspor yang sedang ditargetkan.

Selain itu, UMKM juga menghadapi kendala yang bersifat teknis antara lain keterbatasan sumber daya dan kapasitas, lemahnya kualitas pemasaran dan promosi, permasalahan logistik dan distribusi, hingga minimnya pengetahuan dan dukungan (Diskuk Jabar, 2024). kompleksitas permasalahan yang muncul tidak dapat diselesaikan oleh para pelaku UMKM secara mandiri melainkan membutuhkan sinergi yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan dalam bidang ekspor. Kolaborasi yang dimaksud melibatkan Kementerian Perdagangan, Dirjen Bea Cukai Jawa Barat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat serta instansi lain yang berperan dalam tatalaksana ekspor. Selain tantangan teknis, pelaku UMKM juga memiliki tantangan pada literasi regulasi yaitu minimnya pemahaman mengenai pemanfaatan perjanjian perdagangan bebas (Minhajuddin et al., 2024).

Dalam kegiatan FGD forum kerja sama ekspor, perwakilan ikatan eksportir importir menekankan bahwa terdapat masalah komunikasi yang tidak berjalan dengan baik antara pihak pemerintah yaitu Kementerian Perindustrian terlalu banyak terlibat dalam aturan larangan impor sedangkan secara tupoksi, hal tersebut merupakan wewenang dari Kementerian Perdagangan. Sementara itu, perubahan kebijakan juga sangat dinamis bahkan Kebijakan Permendag tata niaga ekspor berubah sebanyak tiga kali dalam setahun. Hal tersebut menyulitkan para pelaku usaha dalam hal memahami aturan yang diberlakukan. Sementara dari pihak akademisi menganggap bahwa selama ini, Pemerintah tidak memberikan ruang yang besar untuk melibatkan akademisi dalam kegiatan ekspor khususnya kegiatan riset.

Secara umum, semua permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha dapat diidentifikasi melalui kegiatan FGD yang diintensifkan oleh pemerintah. Forum semacam ini memungkinkan berbagai pemangku kepentingan termasuk pelaku usaha, akademisi, dan regulator untuk saling bertukar informasi empiris, menyampaikan kendala yang dihadapi di lapangan, serta merumuskan rekomendasi solusi yang lebih kontekstual dan diusulkan ke pemerintah untuk ditindaklanjuti. Melalui pendekatan seperti ini,

pemerintah tidak hanya memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai tantangan nyata yang dihadapi pelaku usaha, tetapi juga dapat mengembangkan kebijakan yang lebih responsif, terarah, dan berbasis bukti, sehingga mendukung pertumbuhan ekspor UMKM secara berkelanjutan.

Pemerintah sudah melakukan berbagai langkah awal dalam proses mitigasi tantangan ekspor yang dihadapi oleh pelaku usaha misalnya dalam salah satu kegiatan forum kinerja ekspor yang diadakan oleh Disperindag Jawa Barat, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Kementerian Perdagangan, Arief Wibisono, memaparkan strategi pengembangan ekspor melalui penguatan daya saing, pengembangan produk ekspor, peningkatan kapasitas pelaku ekspor, serta perluasan pasar ekspor (DitjenPEN, 2024). Meskipun demikian, strategi tersebut masih perlu dikaji lebih mendalam dengan melibatkan pelaku UMKM secara langsung, agar benar-benar mencerminkan kebutuhan nyata di lapangan dan tepat sasaran. Permasalahan yang selama ini dihadapi karena strategi yang dijalankan oleh pemerintah seperti menara gading yang tidak dijangkau oleh seluruh pelaku usaha termasuk juga UMKM yang masih merintis ekspansi pasar global. Contoh nyata yaitu pemanfaatan perjanjian perdagangan internasional yang seolah-olah hanya bisa dimanfaatkan oleh kelompok usaha besar.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengelaborasi terkait potensi ekspor UMKM kota Bandung. Penelitian yang dilakukan oleh (Elbrus, 2024) membahas secara spesifik tentang potensi ekspor UMKM Jawa Barat dengan memanfaatkan perjanjian kerja sama *Indonesia-United Arab Emirates Comprehensive Economic Partnership Agreement (IUAE-CEPA)*. Penelitian dari (Hodijah et al., 2023) membahas secara spesifik bagaimana meningkatkan daya saing di pasar global melalui penerapan strategi E-Commerce. Sementara penelitian (Ardianto & Asngadi, 2022; Kusnara et al., 2024) mengelaborasi merumuskan langkah strategis berupa model kolaborasi dan skema bisnis melalui kolaborasi antar pihak yang berkepentingan dalam memberikan ruang ekspor bagi UMKM. Masing-masing penelitian memiliki fokus kajian yang berbeda dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM yang akan melakukan ekspor.

Adapun penelitian ini akan difokuskan dua poin yaitu mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam melakukan ekspor dan menganalisis bentuk kolaborasi antara pemerintah pelaku UMKM dalam mendorong perkembangan ekspor kota Bandung termasuk juga rumusan strategi dari pemerintah yang kontekstual dengan permasalahan empiris yang dihadapi oleh seluruh lapisan pelaku usaha di lapangan khususnya UMKM kota Bandung.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis strategi kolaborasi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam mendorong ekspor UMKM di Kota Bandung. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika strategi, hambatan, serta interaksi antar aktor dalam ekosistem ekspor di tengah tantangan global. Penelitian deskriptif berusaha untuk mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan

masalah dan unit yang diteliti (Samsu, 2021). Penelitian kualitatif dipilih karena fokus penelitian ini untuk memahami secara mendalam strategi yang akan diimplementasikan oleh pemerintah dalam rangka peningkatan volume ekspor di tengah tantangan perdagangan global.

Informan penelitian menggunakan teknik *purposive* sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam aktivitas ekspor. Informan terdiri dari perwakilan FTA Center Bandung, Direktorat Jenderal Bea Cukai Jawa Barat, serta praktisi logistik (*freight forwarder*). Selain itu, data juga diperoleh melalui *Focus Group Discussion* (FGD) forum kerja sama ekspor yang melibatkan berbagai *stakeholder*, termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha, dan asosiasi eksportir. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan durasi 45–60 menit yang direkam dan ditranskrip, serta dokumentasi hasil FGD. Dalam rangka memperkuat validitas data primer dari hasil wawancara dengan *stakeholders*, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa buku, artikel jurnal yang relevan, laporan resmi instansi terkait, serta informasi dari situs website pemerintah maupun lembaga internasional yang membahas isu perdagangan dan ekspor. Kombinasi data primer dan sekunder tersebut memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai konteks permasalahan serta upaya kolaboratif yang dilakukan. Data sekunder juga memudahkan peneliti untuk memverifikasi temuan dari wawancara, mengidentifikasi tren dan praktik terbaik dalam ekosistem ekspor, serta membandingkan kondisi lokal UMKM di Bandung dengan konteks nasional atau internasional, sehingga analisis yang dihasilkan lebih komprehensif dan akurat.

Data yang terkumpul dari hasil wawancara dan FGD kemudian dianalisis menggunakan bantuan Nvivo. Analisis data merupakan upaya atau langkah untuk menggambarkan secara naratif, deskriptif atau tabulasi terhadap data yang diperoleh. Penyimpulan atau penjelasan dari analisis data yang dilakukan melahirkan kesimpulan penelitian (Samsu, 2021). Proses analisis mengikuti tahapan reduksi data, kategorisasi, serta penarikan tema-tema utama yang muncul dari hasil FGD maupun wawancara. Analisis data mencakup hal-hal seperti (a) upaya mencari data adalah proses lapangan dengan berbagai persiapan pralapangan tentunya, (b) menata secara sistematis hasil temuan di lapangan, (c) menyajikan temuan lapangan, (d) mencari makna, pencarian makna secara terus menerus sampai tidak ada lagi makna lain yang memalingkannya (Rijali, 2018).

Analisis data dilakukan dengan bantuan NVivo melalui tahapan: (1) transkripsi data, (2) open coding untuk mengidentifikasi unit makna, (3) pengelompokan kode ke dalam kategori (*axial coding*), (4) pembentukan tema utama (*selective coding*), serta (5) visualisasi hubungan antar tema menggunakan fitur NVivo seperti *hierarchy* chart dan *project map*. Aliditas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, FGD, dan data sekunder. Selain itu, dilakukan *member check* kepada informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi, serta *audit trail* melalui dokumentasi proses analisis dalam NVivo.

Hasil dan Pembahasan

A. Ekosistem Ekspor Kota Bandung

Ekosistem ekspor Kota Bandung terbentuk dari rangkaian interaksi berbagai pemangku kepentingan yang saling bersinergi dan mendukung proses ekspor produk lokal kota Bandung. Pelaku utama dalam ekosistem ini adalah pelaku usaha sebagai produsen, didukung oleh pemerintah melalui instansi seperti Direktorat Jenderal Bea Cukai yang menyediakan fasilitas prosedur kepabeanan, regulasi, bimbingan dan pendampingan teknis, melaksanakan koordinasi, pengendalian, evaluasi serta pelaksanaan tugas di bidang kepabeanan (DJBC Jabar, 2023). FTA Center Bandung yang memfasilitasi edukasi terkait pemanfaatan perjanjian perdagangan internasional. Peran FTA Center ini juga untuk memberikan pelayanan konsultasi, edukasi, advokasi, mengenai perjanjian perdagangan bebas. Pelaku usaha dapat berkonsultasi langsung ke FTA Center untuk bertanya maupun berkonsultasi terkait potensi perdagangan ekspor (Hasanah, 2023). Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat yang mengakomodasi penerbitan Surat Keterangan Asal (SKA) (Disperindag Jabar, 2024), serta perusahaan jasa logistik dan forwarder, seperti PT. Mentari Freight Services, turut berperan penting dalam proses distribusi dan pengiriman produk ke pasar internasional.

Untuk memahami dinamika ekosistem ekspor UMKM di Kota Bandung secara mendalam, penelitian ini menganalisis data dari wawancara dengan tiga stakeholders utama serta hasil FGD forum kerja sama ekspor Jawa Barat. Transkrip wawancara kemudian dianalisis menggunakan pendekatan yang mengaitkan frekuensi kata dengan konteks percakapan, sehingga pola-pola penting dan isu-isu dominan dalam aktivitas ekspor dapat diidentifikasi secara sistematis. Salah satu instrumen yang mendukung analisis ini adalah *Word Frequency Query* dalam software NVivo, yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi kata-kata yang paling sering muncul dalam percakapan para stakeholder. Hasil analisis menunjukkan bahwa kata-kata dominan seperti “ekspor”, “industri”, dan “produk” mencerminkan fokus utama dalam ekosistem, termasuk tantangan regulasi, prosedur kepabeanan, pengembangan produk, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, penggunaan *Word Frequency Query* tidak hanya memberikan angka frekuensi, tetapi juga membantu memetakan tema-tema utama dan interaksi antar stakeholder dalam ekosistem ekspor UMKM di Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor UMKM tidak hanya bergantung pada kapasitas individual pelaku usaha, tetapi juga pada kolaborasi dan sinergi antar lembaga, perusahaan logistik, dan pemerintah dalam mendukung jalannya rantai ekspor secara efektif.

dominan tersebut, penelitian ini memanfaatkan analisis data hasil wawancara dari partisipan diolah dengan bantuan software Nvivo yang menampilkan kata-kata kunci serta hubungan antar kata kunci yang sering muncul dalam wawancara dan FGD. Hasil analisis ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan utama sekaligus kebutuhan strategis yang dirasakan oleh para pemangku kepentingan dalam aktivitas ekspor UMKM.

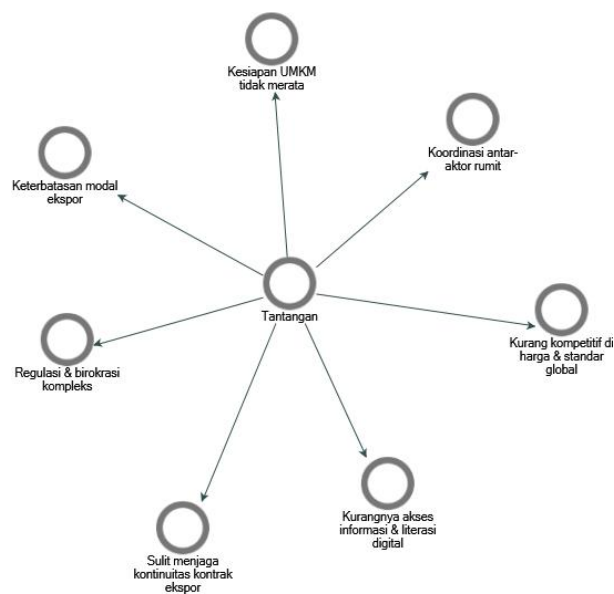
Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan tiga partisipan utama dari pihak Direktorat Jenderal Bea Cukai Jawa Barat, FTA Center Bandung, dan PT. Mentari *Freight Services*, maka setidaknya terdapat enam tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM yang sangat signifikan menghambat perkembangan ekspor kota Bandung. Tantangan-tantangan tersebut mencerminkan kombinasi kendala internal dan eksternal, mulai dari kapasitas produksi, manajemen operasional, prosedur regulasi, hingga akses pasar dan persaingan global, sebagaimana yang dipaparkan oleh Poniron Sugito, Tenaga ahli FTA Center Bandung Kementerian Perdagangan RI:

"Tantangan global yang dihadapi oleh para UMKM, yang pertama adalah biasanya untuk mendapatkan persyaratan-persyaratan atau menghadapi regulasi di dalam negeri itu biasanya harus dipastikan regulasinya dan ini biasanya memakan waktu cukup lama, khususnya untuk produk produk makanan."

Secara umum, tantangan ekspor mencakup dua hal utama, tantangan internal dan tantangan eksternal. Tantangan internal meliputi hal teknis yang selama ini dialami oleh para pelaku UMKM misalnya pembiayaan, kemampuan marketing, dan kapasitas produk. Sedangkan tantangan eksternal meliputi dinamika perdagangan internal yang tidak hanya persoalan ekonomi tetapi juga isu politik yang berdampak pada aktivitas perdagangan internasional seperti perang terbuka yang mengganggu logistik internasional.

Hasil wawancara yang akan disajikan menunjukkan bahwa setiap tantangan yang dihadapi memiliki dampak berlapis terhadap kinerja ekspor UMKM. Misalnya, keterbatasan kapasitas produksi tidak hanya membatasi volume ekspor, tetapi juga memengaruhi kemampuan memenuhi standar kualitas internasional. Begitu pula kendala regulasi yang kompleks dan prosedur kepabeanan dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman dan peningkatan biaya operasional, sehingga menurunkan daya saing produk di pasar global. Kurangnya akses informasi dan literasi digital menyebabkan pelaku usaha tidak mampu memetakan kondisi pasar dan informasi lain tentang isu-isu kontemporer di bidang perdagangan internasional, serta perlu adanya keterlibatan pengambil kebijakan, sebagaimana yang dipaparkan oleh Dani Rustiyana selaku Kepala Cabang PT. Mentari *Freight Service* Bandung:

"Beberapa tantang ekspor selama ini yaitu SDM dari pelaku UMKM itu sendiri, biaya, sarana dan prasana, dan persaingan dagang di tingkat international, baik menyangkut produk maupun harga."



Gambar 3. Project Map Tantangan Ekspor

Tantangan-tantangan tersebut dapat dijabarkan lebih rinci melalui beberapa poin berikut yang menunjukkan kompleksitas kesiapan UMKM, regulasi, dan akses pasar, serta berbagai faktor lain yang memengaruhi keberhasilan ekspor:

1. Kesiapan UMKM tidak merata

Kemampuan dan kapasitas usaha UMKM di kota Bandung tidak merata karena berbagai faktor, hal ini menyebabkan beberapa pelaku usaha lebih siap menghadapi proses ekspor, sementara yang lain masih kesulitan dalam memenuhi persyaratan regulasi, standar mutu, dan prosedur kepabeanan. Perbedaan kesiapan ini mencakup kapasitas produksi, kemampuan branding, literasi regulasi ekspor, manajemen operasional, pemahaman terhadap pasar internasional, serta kemampuan akses pembiayaan dan teknologi. Ketidakmerataan ini yang membuat sebagian UMKM sulit bersaing secara efektif di pasar global karena harus bersaing dengan pelaku usaha global dari berbagai negara, sehingga potensi ekspor yang ada tidak dapat dimaksimalkan secara merata.

2. Koordinasi antar aktor sangat kompleks dan rumit

Aktor atau pelaku yang terlibat dan berperan serta dalam bidang ekspor impor dari berbagai unsur yaitu pemerintah, Bank dan Lembaga Keuangan, Lembaga Sertifikasi dan Standarisasi, Freight Forwarding Company, Jasa Konsultan dan Agen Kepabeanan, Pihak Pemeriksa atau Auditor Pihak Ketiga, serta pihak lain. Dari seluruh pihak yang terlibat, terdapat koordinasi yang tidak berjalan dengan baik sehingga menghambat aktivitas pelaku usaha dalam aktivitas ekspor.

Salah satu kasus yang paling disorot terkait kurangnya koordinasi antara instansi di bidang ekspor yaitu ekspor tanaman Kratom. Kementerian Perdagangan dan Kementerian Pertanian melihat potensi ekonomi. Namun, Badan Narkotika Nasional (BNN) menyoroti potensi penyelewengan kratom (CNN Indonesia, 2025). Permasalahan terjadi karena

permintaan ekspor yang tinggi dari Amerika Serikat sehingga Kementerian Perdagangan dan Kementerian Pertanian menerbitkan izin ekspor tetapi pihak BNN masih dalam tahap riset karena daun kratom memiliki efek psikotropika yang bisa mempengaruhi mental dan perilaku pemakainya karena mengandung alkaloid mitragynine yang dalam dosis tinggi dapat memiliki efek sedative narkotika yaitu memiliki efek 13 kali lebih kuat dari morfin (Chairani, 2020).

Selain di bidang ekspor, terdapat juga masalah di bidang impor karena koordinasi yang tidak berjalan dengan baik antar instansi yaitu terbitnya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 8 Tahun 2024 yang merupakan Perubahan Ketiga atas Permendag Nomor 36 Tahun 2023 tentang Kebijakan dan Pengaturan Impor. Aturan ini menjadi biang keladi banjirnya impor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT). Hal ini menyebabkan silang pendapat antara Kementerian Perdagangan (Kemendag) dan Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengenai kebijakan importasi (Putra, 2024).

3. Keterbatasan modal

Keterbatasan modal merupakan tantangan yang klasik dari para pelaku UMKM karena kapasitas usaha yang membutuhkan modal yang besar. Hal ini diperparah dengan sulitnya para UMKM bersaing di dunia global karena negara seperti Cina memperlakukan subsidi terhadap pelaku usaha sehingga mampu bersaing dalam hal harga produk.

Permasalahan permodalan menjadi perhatian serius karena Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) sebagai instansi yang berfungsi memberikan pembiayaan ekspor mengalami kasus korupsi dengan nilai kerugian mencapai Rp. 11,7 triliun (KPK, 2025). LPEI memberikan fasilitas Kredit Modal Kerja Ekspor (KMKE) kepada PT Petro Energy (PT PE) namun melakukan manipulasi data dan penyalahgunaan wewenang serta tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku.

4. Regulasi dan birokrasi yang kompleks

Regulasi di bidang ekspor sangat dinamis dan berubah-ubah sesuai dengan kondisi internal dan eksternal. Perubahan regulasi yang sangat cepat membuat para pelaku usaha sulit untuk memahami aturan yang berlaku. Misalnya aturan Permendag tentang tata laksana ekspor yang berubah tiga kali dalam setahun. Selain itu, birokrasi kepabeanan yang kompleks membuat beberapa UMKM yang ingin melakukan ekspansi pasar global mengalami kendala bahkan sebagian dari UMKM memilih untuk tidak melanjutkan usaha ekspor dengan kompleksitas birokrasi yang sangat rumit.

5. Kurang kompetitif pada harga dan standar global

Harga komoditas ekspor menjadi kendala tersendiri bagi para UMKM yang akan melakukan ekspor. Dalam sebuah wawancara dengan pelaku usaha konveksi di kota Bandung, pelaku usaha mengeluhkan bahwa persaingan di pasar global sangat sulit karena harga komoditas barang impor khususnya dari Cina sangat murah sehingga tidak mampu bersaing. Hal tersebut disebabkan karena kebijakan pemerintah Cina yang

memberikan subsidi terhadap industri dalam negerinya sehingga mampu menurunkan harga komoditas ekspor yang bersaing di pasar global. Selain itu, standar internasional sangat kompleks, mulai dari Standar Mutu dan Teknis, Standar Keamanan dan Kesehatan, Standar Lingkungan, Standar Label dan Kemasan, Standar Sertifikasi Khusus, Standar Kepabeanaan dan Dokumen Ekspor, serta berbagai standar perdagangan lain yang menyulitkan para UMKM memenuhi kriteria untuk menembus pasar internasional. Dengan demikian, kendala harga komoditas dan kompleksitas standar internasional menjadi dua faktor eksternal yang signifikan menghambat pertumbuhan ekspor UMKM di Kota Bandung, selain tantangan internal seperti kapasitas produksi dan manajemen operasional.

6. Sulitnya menjaga kontinuitas kontrak

Pada umumnya, aktivitas ekspor impor berlangsung secara berkelanjutan. Importir mensyaratkan kemampuan para eksportir untuk menyediakan komoditas ekspor dalam kuantitas yang besar dan berkelanjutan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM yang memiliki kapasitas usaha masih minim sehingga tidak mampu memproduksi produk komoditas ekspor dalam jumlah yang besar. Jika hal tersebut terjadi maka akan menurunkan kepercayaan dari para importir karena kontrak yang disepakati tidak bisa dilaksanakan dan terjadi wanprestasi.

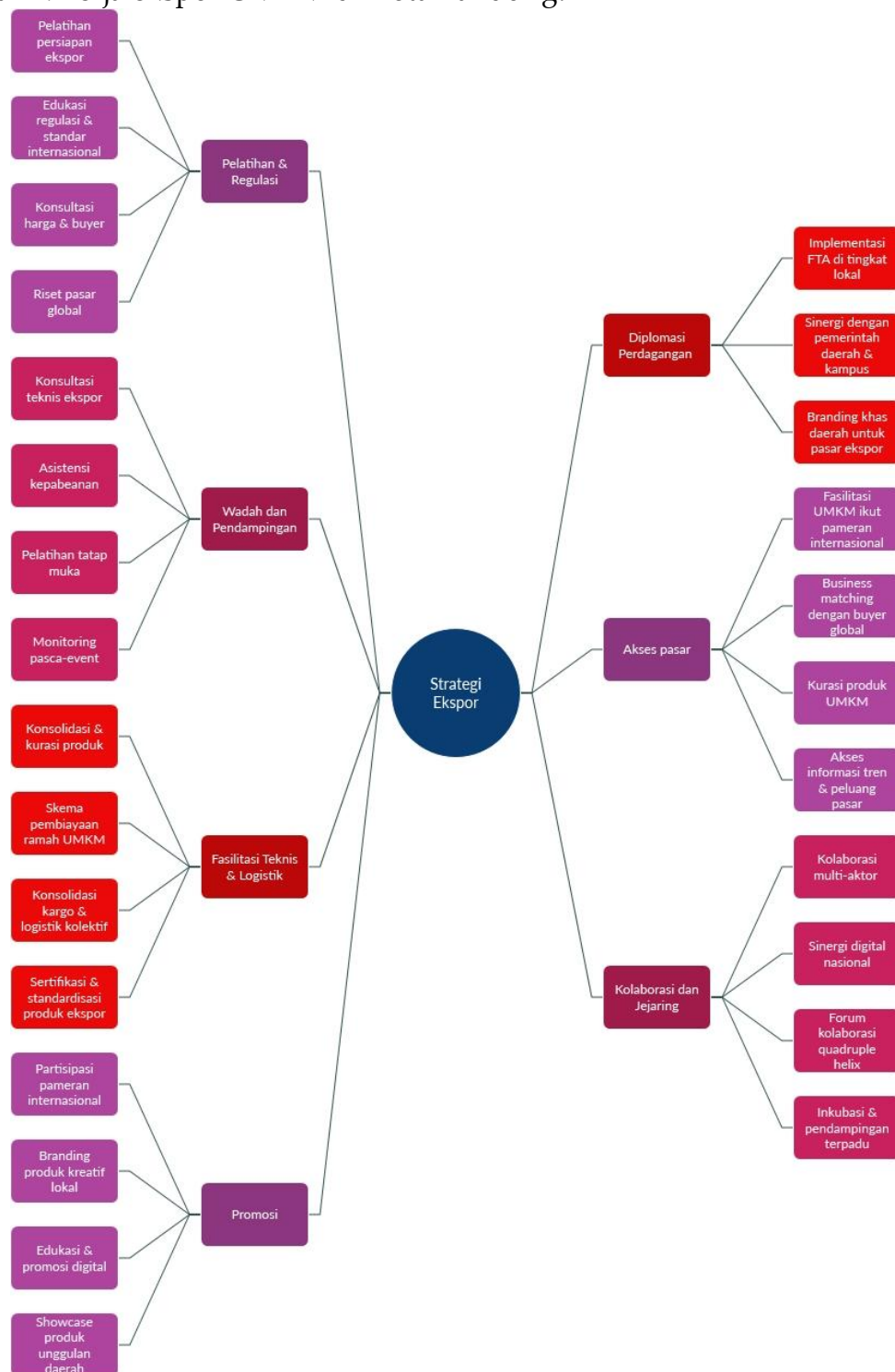
7. Kurangnya akses informasi dan literasi digital.

Informasi merupakan salah satu komponen utama dalam aktivitas ekspor. Kurangnya akses terhadap informasi pasar, regulasi, peluang bisnis, dan perubahan tren global membuat UMKM kesulitan mengambil keputusan strategis. Selain itu, literasi digital yang terbatas membatasi kemampuan UMKM dalam memanfaatkan platform perdagangan elektronik, sistem manajemen dokumen ekspor, atau teknologi pemasaran digital untuk menjangkau pasar internasional. Kondisi ini mengakibatkan keterbatasan akses terhadap peluang bisnis baru, ketergantungan pada perantara, serta rendahnya efisiensi dalam proses ekspor, sehingga menurunkan daya saing produk UMKM di tingkat global. Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi UMKM di Kota Bandung dalam aktivitas ekspor mencerminkan kombinasi kendala internal, seperti kapasitas produksi, manajemen operasional, dan kesiapan teknologi, serta kendala eksternal berupa regulasi yang kompleks, koordinasi antar aktor yang rumit, persaingan harga global, standar internasional yang ketat, dan keterbatasan akses informasi. Mengatasi tantangan-tantangan ini menjadi kunci agar UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar internasional, dan memaksimalkan potensi ekspor yang ada di kota Bandung.

C. Strategi Kolaborasi Pemerintah dan Pelaku Usaha

Dalam menganalisis strategi ekspor pemerintah, peneliti memanfaatkan fitur Word Tree pada software NVivo untuk menggali pemahaman mendalam mengenai makna kata-kata yang muncul dalam word cloud. Fitur ini tidak hanya menampilkan frekuensi

kemunculan suatu kata, tetapi juga konteks penggunaannya dalam kalimat-kalimat responden, sehingga memungkinkan peneliti menafsirkan makna secara lebih komprehensif. Dalam penelitian ini, perhatian difokuskan pada kata “strategi ekspor”, yang merupakan salah satu kata dominan sekaligus mewakili isu kunci terkait upaya peningkatan kinerja ekspor UMKM di Kota Bandung.



Gambar 4. Word Tree dari Penggunaan kata "Strategi Ekspor"

Dari Word Tree yang ditampilkan sebagaimana gambar di atas, dapat diidentifikasi bahwa strategi utama yang dapat diterapkan oleh pemerintah sebagai bentuk kolaborasi dengan pelaku usaha dalam aktivitas ekspor meliputi berbagai pendekatan yang saling melengkapi dan memperkuat untuk meningkatkan kinerja ekspor UMKM di pasar internasional. Pendekatan tersebut mencakup penguatan kompetensi pelaku usaha dan peran aktif dari pemerintah untuk mendukung UMKM. Strategi ini menekankan pentingnya sinergitas dan koordinasi pemerintah, lembaga keuangan, dan pihak swasta agar regulasi yang berlaku jelas, prosedur ekspor efisien, dan akses pasar internasional lebih luas bagi UMKM. Strategi ekspor dijelaskan secara detail sebagai berikut; Pertama, strategi pelatihan dan pemahaman regulasi dilakukan melalui pelatihan persiapan ekspor. Secara spesifik dengan cara penyelenggaraan program pendidikan, workshop, dan bimbingan teknis yang membantu UMKM memahami prosedur ekspor serta standar nasional dan internasional. Edukasi regulasi dan standar internasional untuk meningkatkan literasi regulasi bagi para pelaku usaha agar mampu memahami aturan tata laksana ekspor dengan baik. Konsultasi harga dan buyer sebelum melakukan ekspor serta riset pasar global secara mendalam untuk memahami kebutuhan pasar. Pelatihan ekspor dilakukan secara komprehensif mulai dari pengetahuan produk, analisis pasar, edukasi regulasi, dan berbagai hal yang sifatnya teoritis. Strategi ini akan dimanifestasikan melalui strategi praksis di lapangan.

Kedua, strategi dilakukan dengan cara menyiapkan wadah dan pendampingan yang diterapkan melalui pembentukan lembaga pendukung, konsultasi teknis ekspor yang dijalankan oleh FTA Center, asistensi kepabeanan secara berkala, pelatihan tatap muka dari berbagai instansi terkait, serta monitoring pasca setiap event yang dilakukan untuk mendukung pelaku UMKM. Fasilitas inkubasi bisnis, serta pendampingan langsung untuk mempermudah UMKM dalam menjalankan proses ekspor secara efektif. Sebagaimana yang disampaikan oleh Meirna Nurdini, Kepala Seksi Bimbingan Kepatuhan dan Hubungan Masyarakat Bea Cukai Jawa Barat:

“Kami memberikan asistensi Ekspor UMKM, Layanan ini mencakup pendampingan langsung kepada UMKM dalam memahami dan menjalankan proses ekspor. Kelas Ekspor UMKM dengan program pelatihan yang terbuka untuk pelaku UMKM dengan potensi ekspor. Kami memberikan materi pelatihan seputar prosedur ekspor dan impor, pembiayaan ekspor, dan fasilitas kepabeanan yang bisa dimanfaatkan.”

Ketiga, strategi pemerintah menyiapkan fasilitas teknis dan logistik meliputi konsolidasi dan kurasi setiap komoditas ekspor, skema pembiayaan ramah UMKM baik dari lembaga perbankan maupun lembaga penyedia dana lain. Konsolidasi kargo dan logistik kolektif, serta sertifikasi dan standardisasi produk ekspor. Penyediaan infrastruktur, seperti gudang ekspor, transportasi, dan sistem distribusi yang efisien, sehingga produk UMKM dapat dikirim ke pasar global dengan tepat waktu dan aman. Logistik merupakan salah satu hal yang paling penting dalam aktivitas ekspor sehingga

pemerintah harus melakukan mitigasi risiko atas setiap kemungkinan risiko di bidang logistik.

Keempat, strategi promosi dan marketing diwujudkan melalui partisipasi pameran internasional, kampanye branding produk kreatif lokal, dan dukungan digital marketing untuk memperluas jangkauan produk UMKM di pasar internasional serta showcase produk unggulan daerah. Strategi ini membutuhkan kolaborasi yang kuat antara pemerintah dan pelaku UMKM. Pemerintah menyediakan wadah promosi sementara pelaku UMKM menyiapkan desain promosi komoditas produk yang memadai.

Kelima, Pemerintah juga menerapkan strategi diplomasi perdagangan dengan negara lain, misalnya melalui perjanjian perdagangan, perwakilan dagang, dan forum bisnis global, untuk membuka peluang pasar baru serta membangun hubungan strategis dengan mitra internasional. Selain itu juga harus ada sinergi dengan daerah dan kampus, dan branding khas daerah untuk pasar ekspor. Keenam, pemerintah memfasilitasi pelaku UMKM dalam mengakses pasar melalui beberapa dukungan kegiatan seperti memfasilitasi UMKM untuk ikut dalam pameran internasional, fasilitas business matching dengan buyer global, melakukan kurasi produk komoditas ekspor UMKM, serta pemerintah memberikan dukungan akses tren dan peluang pasar. Ketujuh, strategi kolaborasi dan jejaring dilakukan dengan mendorong kerja sama antara pelaku usaha, asosiasi, dan lembaga pemerintah, sehingga tercipta ekosistem yang mendukung peningkatan kapasitas ekspor dan daya saing produk. Strategi kolaborasi lain melalui konektivitas antar aktor, sinergi digital nasional yang diimplementasikan melalui INSW, forum kolaborasi ..serta inkubasi dan pendampingan terpadu. Dengan demikian, Word Tree tidak hanya menampilkan frekuensi kata, tetapi juga membantu mengidentifikasi berbagai strategi pemerintah secara terstruktur, sehingga peneliti dapat memahami langkah-langkah komprehensif yang dilakukan pemerintah untuk memperkuat kinerja ekspor UMKM di Kota Bandung.

Simpulan

Potensi ekspor UMKM di Kota Bandung sangat besar, baik dilihat dari jumlah pelaku usahanya maupun variasi produk yang dihasilkan termasuk potensi ekonomi kreatif yang sangat berkembang. Dengan potensi yang dimiliki, Bandung tidak hanya menjadi pusat produksi lokal, tetapi memiliki peluang untuk memperluas ekspansi pasar hingga ke tingkat global. Hal ini diperkuat oleh tingginya kreativitas pelaku UMKM dalam bentuk ekonomi kreatif, terutama dalam menghasilkan produk dengan nilai tambah dan keunikan yang mampu bersaing di pasar internasional. Selain itu, posisi geografis Bandung yang strategis di wilayah Jawa Barat memberikan keuntungan tersendiri dalam akses logistik dan distribusi, meskipun masih memerlukan perbaikan dalam efisiensi rantai pasok.

Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat berbagai tantangan yang masih dihadapi dalam rangka meningkatkan volume ekspor yang terbagi dalam dua poin yaitu tantangan yang bersifat internal dan tantangan eksternal. Tantangan internal

meliputi akses pembiayaan yang rumit, lingkungan regulasi domestik mencakup berbagai faktor, termasuk kebijakan pemerintah, peraturan, dan prosedur birokrasi yang membentuk lingkungan operasional, minimnya literasi regulasi. Prosedur administrasi yang panjang, dan minimnya kemampuan branding dari para pelaku usaha. Sementara tantangan eksternal mencakup perbedaan regulasi yang berbeda antar negara, ancaman serangan siber, ketimpangan akses teknologi, kebijakan proteksionisme, serta kondisi geopolitik yang dinamis.

Berdasarkan analisis komprehensif yang dilakukan maka strategi yang harus dijalankan oleh pemerintah mencakup minimal enam pendekatan utama yaitu pelatihan dan regulasi, wadah dan pendampingan, fasilitas teknis dan logistik, promosi, diplomasi perdagangan, akses pasar, kolaborasi dan jejaring. Strategi pendekatan tersebut diimplementasikan dalam beberapa program teknis yang meliputi; pelatihan persiapan ekspor, edukasi regulasi dan standar internasional, konsultasi harga dan buyer, riset pasar global, konsultasi teknis ekspor, asistensi kepabeanan, pelatihan tatap muka, monitoring pasca event, konsolidasi dan kurasi produk, skema pembiayaan ramah UMKM, konsolidasi kargo dan logistik kolektif, sertifikasi dan standardisasi produk ekspor, partisipasi pameran internasional, branding produk kreatif lokal, edukasi dan promosi digital, showcase produk unggulan daerah, Implementasi FTA di tingkat lokal, sinergi dengan pemerintah daerah dan kampus, branding khas daerah untuk pasar ekspor, memfasilitasi UMKM untuk ikut pameran internasional, Business matching dengan buyer global, kurasi produk UMKM, akses informasi tren dan peluang pasar, kolaborasi multi-aktor, sinergi digital nasional, forum kolaborasi Quadruple Helix, inkubasi dan pendampingan terpadu.

Daftar Pustaka

- Ardianto, H., & Asngadi, A. (2022). Merdeka ekspor-umkm merdeka: Kolaborasi stakeholders dan skema bisnis umkm ekspor di masa pemulihan ekonomi. *Creative Research Management Journal*, 5(1), 28–38.
- Bappeda Jawa Barat. (2025). *Karya Kreatif Jawa Barat 2025*. Bappeda.Jabarprov.Go.Id. <https://bappeda.jabarprov.go.id/karya-kreatif-jawa-barat-2025pemdaprov-jabar-gelar-dekranasda-jabar-awards/>
- BPS. (2024). Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia. *Berita Resmi Statistik No. 30/04/Th. XXII, 15 April 2019, 64*, 1–8.
- Chairani, A. D. (2020). Legalitas penyitaan terhadap daun kratom yang belum dilarang oleh undang-undang narkoba. *Jurnal Legal Reasoning*, 3(1), 1–18.
- CNN Indonesia. (2025). *Pengusaha Teriak Karena Gagal Ekspor Ribuan Ton Kratom*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20250103163650-92->

1183527/pengusaha-teriak-karena-gagal-ekspor-ribuan-ton-kratom

- Diskuk Jabar. (2024). *Advokasi dan Literasi bagi UMKM Ekspor*. Diskuk.Jabarprov.Go.Id. <https://diskuk.jabarprov.go.id/berita-diskuk-jabar/advokasi-dan-literasi-bagi-umkm-ekspor>
- Disperindag Jabar. (2024). *Jenis Pelayanan Di Lingkungan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat*. Disperindag.Jabarprov.Go.Id. <https://disperindag.jabarprov.go.id/web/pages/349/layanan>
- DitjenPEN. (2024). *Kemendag Pada Forum Kinerja Ekspor Jawa Barat*. Ditjenpen.Kemendag.Go.Id. <https://ditjenpen.kemendag.go.id/berita/2024-12-12-kemendag-pada-forum-kinerja-ekspor-jawa-barat>
- DJBC Jabar. (2023). *Tugas Pokok dan Fungsi*. Kanwiljabar.Beacukai.Go.Id. <https://kanwiljabar.beacukai.go.id/mandatory/tugas-pokok-dan-fungsi.html>
- Elbrus, B. (2024). Pengembangan Potensi Ekspor Bagi UMKM Jawa Barat dengan Indonesia-United Arab Emirates Comprehensive Economic Partnership Agreement (IUAE-CEPA). *Journal of Economics and Business UBS*, 13(5), 871–891.
- Hasanah, R. A. (2023). Branding Strategy Dalam Membangun Brand Awareness Fta Center Bandung Dalam Mendukung Kegiatan Ekspor Umkm di Kota Bandung. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1612–1626.
- Hata, S. (2021). *Perdagangan internasional dalam sistem GATT dan WTO; Aspek-aspek hukum dan non hukum*. Refika Aditama.
- Hodijah, C., Kusnara, H. P., & Jaya, U. A. (2023). Pelatihan Strategi E-Commerce Dalam Mengembangkan Keunggulan Daya Saing Produk Usaha bagi Pelaku Bisnis UMKM Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(3), 627–633.
- Khalisa, N. A. (2023). *Analisis Pengaruh Capability Perspective dan Ecosystem Perspective terhadap Penggunaan Marketplace pada UMKM di Kota Bandung* [Universitas Telkom]. <https://repositori.telkomuniversity.ac.id/pustaka/196291/analisis-pengaruh-capability-perspective-dan-ecosystem-perspective-terhadap-penggunaan-marketplace-pada-umkm-di-kota-bandung.html>
- KPK. (2025). *KPK Tetapkan 5 Tersangka Pemberian Fasilitas Kredit oleh LPEI kepada PT PE*. Kpk.Go.Id. <https://www.kpk.go.id/id/ruang-informasi/berita/kpk-tetapkan-5-tersangka-pemberian-fasilitas-kredit-oleh-lpei-kepada-pt-pe>
- Kusnara, H. P., Rachmawati, M., & Salsabila, S. H. (2024). Pelatihan Digital Marketing dalam Meraih Pasar Global pada UMKM di Kota Bandung. *Journal Of Human And*

Education (JAHE), 4(1), 269–299.

- Minhajuddin, M., Rozak, A., Novianto, U., & Putri, K. N. (2024). Sosialisasi Perjanjian Perdagangan Bebas Pada UMKM Kadin Kota Bandung Dalam Meningkatkan Ekspor. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(9), 3428–3436.
- Putra, D. A. (2024). *Debat Kusir Kemendag vs Kemenperin Gagal Atasi Masalah Impor*. Tirto.Id. https://tirto.id/debat-kusir-kemendag-vs-kemenperin-gagal-atasi-masalah-imporg1tg?utm_source=chatgpt.com
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Samsu, S. (2021). *Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Pusaka Jambi.
- Saputri, L., Hamidah, S. W., & Husna, N. S. (2024). Peluang Dan Tantangan Ekspor Impor Di Era Globalisasi. *Jurnal Ekonomi Sakti (Jes)*, 13(2), 163. <https://doi.org/10.36272/jes.v13i2.340>
- Sonny, S. (2020). Indonesia di tengah himpitan perang dagang amerika serikat dan china. *Jurnal Renaissance*, 5(01), 617–623.