

Strategi Optimalisasi Perdagangan Ekspor Kopi Di Indonesia Melalui Situs Trademap

Hakim Mahdi Zakariya

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, 60294, Indonesia

Email: hmahdizakaria15@gmail.com

Lia Nirawati

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, 60294, Indonesia

Email: lianirawatibisnisupn@gmail.com

Korespondensi penulis: hmahdizakaria15@gmail.com

Abstract: *Export trade of coffee in Indonesia plays a crucial role in the country's economy; however, challenges and dynamics in the global market demand the development of an optimal strategy to enhance the competitiveness of Indonesian coffee products. This research aims to formulate an optimization strategy for coffee export trade by leveraging information provided by the Trademap website. The research method involves analyzing Indonesian coffee export data from the Trademap site, identifying global market trends, and evaluating relevant trade policies and regulations. The results of this analysis will form the basis for designing a strategy to increase market share and the export value of Indonesian coffee. The proposed strategy includes strengthening product branding, diversifying target export markets, improving the quality and innovation of products, and optimizing the supply chain to enhance logistic efficiency. Additionally, the integration of information technology and communication in trade management is incorporated to expedite information access and minimize business risks. The implementation of this strategy is expected to make a positive contribution to the growth of Indonesia's coffee exports, opening opportunities for access to new markets, and increasing the value-added of products. By tapping into the information potential of the Trademap site and developing adaptive strategies, Indonesia can effectively navigate the dynamics of the global market, strengthen its position as a leading coffee producer, and enhance the well-being of business actors in the coffee sector.*

Keywords: *Coffee export trade, Export strategy, Trademap, coffee market trends, logistic*

Abstrak: Perdagangan ekspor kopi di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian negara ini, namun tantangan dan dinamika pasar global menuntut pengembangan strategi yang optimal untuk meningkatkan daya saing produk kopi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi optimalisasi perdagangan ekspor kopi dengan memanfaatkan informasi yang disediakan oleh situs Trademap. Metode penelitian melibatkan analisis data ekspor kopi Indonesia dari situs Trademap, identifikasi tren pasar global, serta evaluasi kebijakan perdagangan dan regulasi terkait. Hasil analisis tersebut akan membentuk dasar untuk merancang strategi yang dapat meningkatkan pangsa pasar dan nilai ekspor kopi Indonesia. Strategi yang diusulkan mencakup penguatan branding produk, diversifikasi pasar tujuan ekspor, peningkatan kualitas dan inovasi produk. Selain itu, penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam manajemen perdagangan juga diintegrasikan untuk mempercepat akses informasi dan meminimalkan risiko bisnis. Penerapan strategi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekspor kopi Indonesia, membuka peluang akses ke pasar baru, dan meningkatkan nilai tambah produk. Dengan menggali potensi informasi dari situs Trademap dan mengembangkan strategi yang adaptif, Indonesia dapat menghadapi dinamika pasar global dengan lebih efektif, memperkuat posisi sebagai produsen kopi terkemuka, dan meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha di sektor kopi.

Kata kunci: Perdagangan ekspor kopi, strategi ekspor, trademap, trend pasar kopi, logistic

PENDAHULUAN

Perdagangan kopi telah memberikan kontribusi signifikan bagi negara-negara produsen. Dalam era ketidakpastian ekonomi dan persaingan global yang semakin ketat, pengembangan strategi perdagangan ekspor yang efektif menjadi imperatif. Penelitian ini

Received Desember 22, 2023; Accepted Januari 22, 2024; Published Maret 31, 2024

* Hakim Mahdi Zakariya, hmahdizakaria15@gmail.com

menyoroti pendekatan inovatif dalam mengoptimalkan perdagangan ekspor global kopi, dengan menggunakan situs Trademap sebagai alat strategis kunci. Trademap, sebuah platform berbasis data, menjadi sumber informasi yang berharga untuk merinci dinamika pasar dan memahami tren perdagangan global kopi. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi strategis yang dapat diterapkan melalui TradeMap guna meningkatkan kinerja perdagangan kopi Arabica secara global, mencakup identifikasi peluang, tantangan, dan pengembangan strategi optimal untuk memperluas pangsa pasar.

Dalam sebuah perdagangan ekspor impor tentu diperlukan sebuah data untuk mempermudah kita dalam menentukan segmentasi dan pasar ekspor. Pada kasus ini, komoditas yang ditekankan adalah kopi. Kopi sendiri memiliki pangsa pasar yang cukup luas. Setiap negara selalu mempunyai pangsa pasar masing masing, namun tidak semua negara memiliki kecocokan terhadap produk yang dihasilkan oleh suatu negara. Diperlukan analisis serta riset mendalam sebelum memulai membuka perdagangan ke luar negeri. Harus terlebih dahulu menentukan produk market fit yang cocok sesuai dengan kategori dan kualifikasi dari produk kopi di Indonesia yang dihasilkan oleh produk umkm di Indonesia.

Indonesia memiliki potensi yang besar karena kelimpahannya dalam sumber daya alam. Selain itu, Indonesia memiliki banyak potensi untuk meningkatkan kualitas produksinya untuk di ekspor karena sumber daya manusianya yang sangat produktif. Namun demikian, Indonesia harus melakukan sejumlah inisiatif strategis untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar global jika ingin mewujudkan tujuan tersebut. Ini termasuk memasukkan uang ke dalam infrastruktur, meningkatkan pelatihan tenaga kerja dan standar pendidikan, mengembangkan teknologi baru, dan mendorong perilaku perusahaan yang etis.

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk memasuki pasar ekspor diperlukan kreatifitas serta strategi untuk bisa bersaing dengan banyak pengusaha kopi lainnya. Beberapa kajian yang dilakukan untuk mengkaji strategi untuk menembus pasar ekspor untuk kemajuan komoditas perkebunan kopi di Indonesia. Beberapa literature review yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian ini adalah:

Tahir, M., Hidayat, W., & Ghozali, I. (2020). The impact of innovation on Indonesian export performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(4), 291-299. Penelitian ini mengkaji dampak inovasi terhadap kinerja ekspor Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan kinerja ekspor Indonesia melalui peningkatan daya saing produk.

Nurkholis, I., & Hidayat, A. (2019). The role of international trade agreements on Indonesia's export performance. *Journal of Economic and Social Development*, 6(1), 30-40. Penelitian ini mengkaji peran perjanjian perdagangan internasional dalam meningkatkan kinerja ekspor Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa perjanjian perdagangan internasional yang lebih menguntungkan dapat membantu meningkatkan kinerja ekspor Indonesia.

Rasbin. (2019). Strategies To Improve The Export of Indonesia's Micro Small, and Medium Enterprise Products: A Case Study In Sleman Regency and Surabaya city. *Journal of Economic and Public Policy*, Vol. 24 No. 3, 149 – 158. Penelitian ini mengkaji upaya dalam menetapkan strategi untuk meningkatkan ekspor umkm dimana terdapat banyak faktor eksternal maupun internal yang terlibat dan memberikan dampak yang signifikan terhadap output yang dihasilkan. Penelitian ini menemukan bahwa strategi yang di implementasikan pada bisnis umkm terkait permasalahan internal maupun eksternal seperti kesehatan bisnis dan juga dorongan pemerintah memiliki dampak pada peningkatan peluang untuk terjadinya perdagangan ekspor.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian kualitatif deskriptif adalah pendekatan yang kami gunakan. Pendekatan metode kualitatif deskriptif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Oleh karena itu, *Basri (2014)* menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (*Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010*). Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

Sumber Data

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto adalah subjek dari mana data itu diperoleh. Sumber data meliputi dua jenis : *pertama* sumber data primer, yaitu data yang diambil dari sumber pertama yang ada di lapangan. Atau data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang berasal dari observasi dan juga wawancara, Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang bersumber dari literatur penelitian terdahulu dan dari website trademap.org.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dalam menentukan pangsa pasar yang tepat diperlukan sebuah analisis yang tepat. Sebelum menentukan strategi yang digunakan, diperlukan identifikasi yang tepat untuk memperkuat data sehingga penentuan keputusan untuk mengekspor kopi di suatu negara akan lebih akurat sesuai dengan penetapan strategi yang akan diambil. Strategi identifikasi produk kopi untuk pasar ekspor melibatkan serangkaian langkah yang cermat untuk memastikan daya saing dan penerimaan positif di pasar global. Pertama-tama, analisis mendalam terhadap karakteristik kopi yang akan diekspor perlu dilakukan. Ini mencakup varietas, kualitas, dan atribut unik yang dapat membedakan produk di pasar internasional. Sumber daya penting untuk langkah ini adalah studi pasar dan penelitian industri kopi, seperti laporan dari International Coffee Organization (ICO) dan analisis pasar global yang diterbitkan oleh lembaga riset terkemuka.

Tren Pasar Kopi

Langkah selanjutnya adalah memahami tren dan preferensi konsumen di pasar ekspor. Informasi ini dapat diperoleh dari riset pasar, survei, dan laporan industri terbaru. Organisasi perdagangan internasional seperti World Trade Organization (WTO) dan International Trade Centre (ITC) serta Trademap.org menyediakan data dan analisis yang dapat membantu dalam memahami dinamika pasar global kopi. Selain itu, mengidentifikasi pasar potensial dan kebijakan perdagangan yang memengaruhi ekspor kopi juga perlu diperhitungkan dengan merujuk pada sumber-sumber seperti situs resmi Kementerian Perdagangan Indonesia dan dokumen kebijakan perdagangan internasional. Penting untuk berfokus pada penguatan identitas merek dan branding produk kopi. Menggunakan sumber daya seperti panduan dari Badan Standardisasi Nasional (BSN) untuk mendukung kualitas dan standar produk juga dapat meningkatkan daya saing. Langkah-langkah ini harus diintegrasikan dengan data dari situs Trademap untuk memahami tren perdagangan global dan potensi pasar baru. Dalam keseluruhan proses identifikasi produk kopi ke pasar ekspor, memanfaatkan sumber informasi dari lembaga-lembaga terkemuka dan otoritas perdagangan, baik nasional maupun internasional, membantu memastikan bahwa strategi yang dikembangkan didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap pasar dan kebutuhan konsumen global.

Table 1. List Trademap of Importing Market For a Coffee Product Exported by Indonesia 2018-2022

Importers	2018	2019	2020	2021	2022
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	277,411	355,766	375,556	384,511	434,206

Sumber: *trademap.org*

Berdasarkan data dari situs trademap, disajikan sebuah data yaitu kuantiti atau banyaknya kopi yang di ekspor dari Indonesia ke beberapa negara di dunia. Dalam membaca sebuah tren perkembangan kopi kita bisa melihat pada tabel diatas bahwa

- Pada tahun 2018, indonesia telah menyumbangkan kopi pada dunia yaitu sebanyak 277,411 ton. Jika diperhatikan lagi, pada tahun 2019 ekspor kopi di indonesia mengalami peningkatan sebanyak 28%.
- Pada tahun 2020, ekspor kopi di indonesia mengalami peningkatan sebanyak 6% dibandingkan pada tahun 2019 atau sebanyak 19,790 ton.
- Pada tahun 2021, ekspor kopi indonesia mengalami peningkatan 2% dibandingkan tahun 2020 atau sebanyak 8955 ton.
- Pada tahun 2022, ekspor kopi Indonesia semakin meningkat dan mengalami peningkatan sebanyak 13% atau sebanyak 49,695 ton.

Pada kasus ini, bila disimpulkan bahwa tren ekspor kopi di Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Artinya demand dari produk kopi semakin diminati dan terus mengalami kenaikan secara signifikan. Melalui analisis strategi ini, setiap umkm khususnya dengan produk kopi akan mampu bisa menentukan strategi apa yang akan diambil. Dengan menggunakan trademap, ini dapat mempermudah umkm untuk mengakses dan membuat keputusan penentuan segmentasi pasar dimana ini hal yang cukup penting untuk dilakukan.

Strategi mengetahui segmentasi pasar ekspor produk kopi melibatkan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dan preferensi konsumen di berbagai pasar tujuan. Proses segmentasi pasar ini penting untuk memastikan bahwa produk kopi yang diekspor dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pasar secara tepat. Sumber utama untuk mengidentifikasi segmentasi pasar dapat berasal dari riset pasar yang komprehensif. Menurut *Kotler dan Armstrong (2018)*, riset pasar mencakup pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang relevan untuk membantu pengambilan keputusan pemasaran. Analisis data konsumen, perilaku pembelian, dan tren pasar kopi di masing-masing negara tujuan ekspor akan memberikan wawasan yang diperlukan untuk melakukan segmentasi pasar yang efektif. Sumber informasi yang berharga adalah interaksi langsung dengan pelaku industri dan mitra bisnis di negara-negara tujuan ekspor. Menurut *Porter (1980)*, pengetahuan tentang keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui interaksi dengan pelaku industri setempat. Dengan berkomunikasi secara langsung dengan distributor, pengecer, dan konsumen lokal, eksportir kopi dapat memahami preferensi rasa, kebiasaan konsumsi, dan tren terkini yang mempengaruhi segmen pasar tertentu.

Strategi Diversifikasi Pasar Ekspor

Table 2 Trademap data Top 5 Imported coffee From Indonesia 2018-2022

Importers	Select your indicators				
	Value exported in 2022 (USD thousand)	Quantity exported in 2022	Quantity unit	Growth in exported value between 2018-2022 (% , p.a.)	Growth in exported quantity between 2018-2022 (% , p.a.)
World	1,136,296	434,206	Tons	7	10
United States of America	268,046	55,753	Tons	-2	1
Egypt	82,170	37,618	Tons	12	9
Germany	80,933	36,976	Tons	9	19
India	71,786	43,651	Tons	73	92
Belgium	65,045	22,199	Tons	22	28

Sumber : Trademap.org

Menentukan strategi diversifikasi yang akan digunakan melalui trademap akan membuat bisnis kita menjadi lebih mudah untuk diserap di pasar ekspor. *Kotler dan Armstrong (2008:71)* menjelaskan diversifikasi sebagai strategi pertumbuhan perusahaan dengan cara memulai bisnis baru atau membeli perusahaan lain di luar produk dan pasar perusahaan sekarang. Pada gambar diatas, dimana laman trademap menunjukkan 5 negara dengan kuantiti impor kopi Indonesia terbanyak dimana pada posisi pertama diduduki oleh amerika serikat dan pada posisi ke lima yaitu belgium. Berdasarkan data tersebut yang bisa di dapatkan yaitu :

- Amerika Serikat, pada tahun 2022 telah mengimpor kopi dari Indonesia sebanyak 55.809 ton dimana penjualannya yaitu 267,154,000 USD dengan presentase pertumbuhan pendapatan penjualan kopi dari tahun 2018 – 2022 yaitu -2% dan pertumbuhan kuantiti kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 sebesar 1%.
- Egypt, pada tahun 2022 telah mengimpor kopi dari Indonesia sebanyak 37.623 ton dan total penjualannya yaitu sebanyak 82,175,000 USD dengan presentase pertumbuhan pendapatan penjualan kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 yaitu 12% dan pertumbuhan kuantiti kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 sebesar 9%.
- Jerman, pada tahun 2022 telah mengimpor kopi dari Indonesia sebanyak 36,976 ton dengan total penjualan yaitu sebanyak 80,933,000 USD dengan presentase pertumbuhan pendapatan penjualan kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 yaitu - 9% dan pertumbuhan kuantiti kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 sebesar 19%.
- India, pada tahun 2022 telah mengimpor kopi dari Indonesia sebanyak 43,651 ton dengan total penjualan yaitu sebanyak 71,786,000 USD dengan presentase pertumbuhan pendapatan penjualan kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 yaitu - 73% dan pertumbuhan kuantiti kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 sebesar 92%.

- Belgium, pada tahun 2022 telah mengimpor kopi dari Indonesia sebanyak 22,199 ton dengan total penjualan yaitu sebanyak 65,045,000 USD dengan presentase pertumbuhan pendapatan penjualan kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 yaitu - 22% dan pertumbuhan kuantiti kopi yang diimpor dari tahun 2018 – 2022 sebesar 28%.

Bila dilihat dari data tersebut, pertumbuhan kuantiti impor yang terjadi dari kelima negara tersebut mengalami pertumbuhan yang positif. Hal ini bisa dijadikan sebagai indikasi bahwa kelima negara tersebut masih memiliki potensi yang cukup tinggi untuk dilakukannya diversifikasi bisnis. Pemilihan indikasi negara potensial bisa dilihat melalui presentase pertumbuhan ekspor yang terjadi dari negara tersebut karena setiap bisnis memiliki tren yang kuat dimana ini menjadi faktor keberhasilan sebuah bisnis ekspor. Optimalisasi keberlangsungan bisnis ekspor melalui trademap menjadi salah satu strategi yang bisa diimplementasikan oleh setiap pelaku usaha umkm tidak hanya pada komoditas kopi. Setiap komoditas memiliki indikasi masing masing dalam melihat peluang yang ada. Melalui situs trademap tidak hanya bisa mengambil data untuk menganalisis sebuah tren tetapi juga dapat menentukan pasar ekspor yang tepat. Sebagaimana pada *tabel 1.2* bahwa dari kelima negara tersebut yang memiliki pertumbuhan paling tinggi yaitu india yaitu sebesar 92% dengan tingkat kuantiti yang masih belum terbilang tinggi. Ini menandakan adanya ledakan tren ekspor kopi yang terjadi di india. Angka tersebut bisa dikatakan cukup fantastis bila dibandingkan dengan keempat negara yang lainnya.

Strategi diversifikasi pasar ekspor merupakan pendekatan yang penting bagi negara atau perusahaan untuk mengurangi risiko dan meningkatkan potensi pertumbuhan dalam perdagangan internasional. Diversifikasi pasar ekspor melibatkan ekspansi ke berbagai pasar luar negeri dengan tujuan mengurangi ketergantungan pada satu atau beberapa pasar saja. Beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam diversifikasi pasar ekspor antara lain ekspansi geografis, diferensiasi produk, dan kemitraan strategis.

- Pertama, ekspansi geografis melibatkan peningkatan penetrasi pasar di wilayah-wilayah baru. Hal ini dapat mencakup negara-negara yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi tinggi atau pasar yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Diversifikasi geografis dapat membantu mengatasi ketidakpastian ekonomi di satu wilayah dengan potensi pertumbuhan di wilayah lain.
- Kedua, diferensiasi produk dapat menjadi strategi efektif dalam diversifikasi pasar ekspor. Dengan mengembangkan produk atau layanan yang memiliki keunggulan bersaing dan keunikan di pasar internasional, perusahaan dapat menarik perhatian konsumen di berbagai

negara. Dengan demikian, perusahaan dapat mengurangi risiko yang terkait dengan fluktuasi permintaan di satu pasar.

- Terakhir, kemitraan strategis dengan perusahaan lokal atau mitra bisnis internasional dapat membantu dalam memperluas akses ke pasar baru. Kemitraan tersebut dapat mencakup aliansi dengan distributor lokal, joint venture, atau bahkan akuisisi perusahaan setempat. Ini tidak hanya dapat membantu dalam memahami lebih baik pasar sasaran, tetapi juga memanfaatkan pengetahuan lokal dan jaringan distribusi yang sudah ada.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari teks di atas adalah bahwa perencanaan dalam menentukan pangsa pasar ekspor yang tepat memerlukan analisis yang cermat. Sebelum menentukan strategi, identifikasi karakteristik produk kopi untuk pasar ekspor menjadi langkah penting guna memastikan daya saing dan penerimaan positif di pasar global. Informasi yang diperoleh dari sumber-sumber seperti International Coffee Organization (ICO), World Trade Organization (WTO), dan Trademap.org memberikan dasar yang kuat untuk merancang strategi ekspor. Melalui analisis tren pasar kopi dari data Trademap.org, dapat disimpulkan bahwa ekspor kopi Indonesia mengalami pertumbuhan positif setiap tahunnya. Data tersebut memberikan indikasi bahwa permintaan terhadap produk kopi terus meningkat secara signifikan, memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan strategi ekspor yang lebih efektif. Selain itu, strategi diversifikasi pasar ekspor dapat menjadi pilihan yang tepat. Data dari Trademap.org menunjukkan bahwa ada potensi pasar yang signifikan di beberapa negara seperti Amerika Serikat, Mesir, Jerman, India, dan Belgia. Dengan mengidentifikasi pertumbuhan kuantitas ekspor dan nilai penjualan di masing-masing negara, UMKM dapat memilih pasar-pasar potensial untuk dieksplorasi lebih lanjut. Dalam implementasi strategi diversifikasi, langkah-langkah seperti analisis segmentasi pasar, pemahaman karakteristik dan preferensi konsumen, serta kolaborasi dengan mitra lokal menjadi kunci. Pemanfaatan sumber informasi dari lembaga-lembaga terkemuka seperti WTO, ICO, dan Trademap.org menjadi landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan yang informasional dan tepat. Secara keseluruhan, strategi diversifikasi pasar ekspor merupakan langkah yang vital dalam meningkatkan ketahanan dan pertumbuhan ekonomi. Dengan memanfaatkan sumber daya informasi yang tersedia, UMKM dapat merencanakan dan melaksanakan strategi yang lebih terarah untuk meraih peluang pasar global yang luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Tahir, M., Hidayat, W., & Ghozali, I. (2020). *The impact of innovation on Indonesian export performance*. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(4), 291-299.
- Nurkholis, I., & Hidayat, A. (2019). The role of international trade agreements on Indonesia's export performance. Journal of Economic and Social Development, 6(1), 30-40.
- Wells, L. T., Shiu, C., & Schiu, C. (2007). Using export intermediaries to reduce risk. Business Horizons, 50(6), 485-493.
- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2014). International business: The new realities. Pearson Education.
- Rasbin. (2019). Strategies To Improve The Export of Indonesia's Micro Small, and Medium Enterprise Products: A Case Study In Sleman Regency and Surabaya city. Journal of Economic and Public Policy, Vol. 24 No. 3, 149 – 158