

## Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam Fasilitasi Ekspor Industri Kecil dan Menengah (IKM) melalui Kegiatan Promosi Dagang pada *Trade Expo Indonesia 2025*

Zahra Widya Putri<sup>a\*</sup>, Meitiana<sup>a</sup>, Selly Aulia Margareta<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Universitas Palangka Raya, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Received : 05-12-2025

Revised : 22-12-2025

Accepted : 27-12-2025

**Keywords:** Export, SMEs, TEI, Trade Promotion

**Kata Kunci:** Ekspor, IKM, Promosi Dagang, TEI

Corresponding Author:

[zahrawidyaputri903@gmail.com](mailto:zahrawidyaputri903@gmail.com)\*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

### ABSTRACT

*This study evaluates the contribution of the Central Kalimantan Provincial Trade and Industry Office in supporting the promotion of IKM trade through the 2025 Trade Expo Indonesia (TEI). The method used is descriptive qualitative, involving interviews, observation, and document analysis. The findings indicate that Disdagperin functions as an operational organizer and technical assistant, although there are several selection stages that involve external parties. Participation in TEI 2025 has a positive impact in the form of increased product visibility, expanded global business connections, and follow-up on trade cooperation, even though the flow and process are different from previous years' TEI.*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi kontribusi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam mendukung promosi perdagangan IKM melalui *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang melibatkan teknik wawancara, pengamatan, dan pengolahan dokumen. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa Disdagperin berfungsi sebagai penyelenggara operasional dan pendamping teknis, walaupun ada beberapa tahap seleksi yang melibatkan pihak luar. Partisipasi dalam TEI 2025 memberikan dampak positif berupa peningkatan visibilitas produk, perluasan koneksi bisnis global, dan tindak lanjut kerja sama perdagangan, meskipun alur dan proses berbeda dari TEI tahun-tahun sebelumnya.

### PENDAHULUAN

Sebagai negara berkembang, perekonomian Indonesia masih menghadapi tantangan global yang cenderung kompleks, berkisar dari fluktuasi harga bahan baku

internasional dan perubahan kebijakan perdagangan, sampai dengan persaingan yang semakin intens dari produk-produk negara lainnya. Perkembangan ini ternyata berdampak langsung pada kemampuan bersaing produk lokal di pasar nasional maupun internasional, sehingga pemerintah perlu menyusun strategi dan mengembangkannya guna tidak hanya mampu mendorong peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga meningkatkan kualitas dan daya tarik produk Indonesia di kancah global, di mana kegiatan ekspor memiliki peran ganda: yaitu sebagai sumber devisa negara dan sarana untuk perluasan pasar produk nasional, serta meningkatkan kapasitas produksi dan memperkuat posisi Indonesia dalam struktur ekonomi global. Semakin baik IKM dapat menembus pasar ekspor, semakin kuat kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan sektor yang secara strategis penting karena memiliki kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dalam sektor industri dan penyerapan tenaga kerja yang besar. Di Kalimantan Tengah, IKM memiliki peluang yang besar, terutama karena variasi produknya yang merefleksikan kearifan lokal dan kekayaan budaya daerah. Produk-produk ini termasuk makanan dan minuman olahan, seperti kopi lokal, madu hutan, abon ikan, keripik singkong, dan bumbu-bumbu lokal yang memiliki rasa unik dan nilai tambah yang tinggi. Selain itu, industri kerajinan juga tidak kalah menarik, mulai dari kerajinan rotan modern seperti furnitur dan tas, produk fungsional dan dekoratif dari anyaman bambu, hingga produk budaya unik bernilai tinggi yang mampu menembus pasar internasional.

Kendati potensi IKM sangat besar, pada praktiknya tidak semua peluang dapat dimanfaatkan secara optimal. Kebanyakan IKM di Kalimantan Tengah masih berorientasi pada pasar domestik, karena terkendala oleh tantangan struktural dan operasional. Minimnya pemahaman akan standar mutu ekspor, keterbatasan kapabilitas kemasan dan desain produk yang relevan terhadap preferensi pasar global, serta keterbatasan jangkauan jaringan informasi terkait peluang ekspor, merupakan beberapa faktor yang secara implisit menghambat. Hal ini bukan semata karena keterbatasan produksi, tetapi lebih pada kurangnya jembatan yang menghubungkan mereka dengan pasar internasional. Banyak IKM belum memiliki wadah untuk memperkenalkan produk, bertemu langsung dengan buyer mancanegara, ataupun memahami permintaan pasar global.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Prov. Kalteng (Disdagperin) Provinsi Kalimantan Tengah tidak hanya bertindak sebagai regulator yang mengawasi kepatuhan IKM terhadap standar nasional dan internasional, termasuk legalitas, keamanan pangan, dan sertifikasi produk, tetapi juga sebagai fasilitator yang memberikan bantuan teknis, pelatihan manajemen bisnis, dan informasi pasar. Disdagperin berperan sebagai promotor yang membuka akses pasar lebih luas, melalui kegiatan pameran, misi dagang, business

matching, dan event promosi lainnya yang memberikan IKM kesempatan untuk memperkenalkan produknya ke konsumen internasional.

*Trade Expo Indonesia 2025 (TEI 2025)*, yang digelar pada 15–19 Oktober 2025 di *ICE BSD City*, merupakan penyelenggaraan ke-40 yang mendapat antusiasme global sangat tinggi. Ajang ini dikunjungi 34.550 orang dari 131 negara, melebihi target yang ditetapkan pemerintah. Dari jumlah tersebut, tercatat 8.045 *buyer* internasional dan 1.619 perusahaan peserta yang memamerkan produk unggulan Indonesia dari sektor pangan, pertanian, fesyen, gaya hidup, hingga manufaktur dan jasa. TEI 2025 berhasil membukukan nilai transaksi yang sangat besar, yaitu US\$ 22,8 miliar atau setara Rp 376,2 triliun, melampaui target awal. Transaksi tersebut berasal dari perdagangan barang, jasa, hingga investasi dengan komposisi sekitar US\$ 17,9 miliar untuk barang, US\$ 443,7 juta untuk jasa, dan US\$ 4,37 miliar berasal dari investasi. Sektor UMKM juga berkontribusi signifikan dengan transaksi mencapai US\$ 474,7 juta, menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil turut berhasil merambah pasar global melalui TEI. Keberhasilan tersebut tentu tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil sinergi antara pemerintah pusat, daerah, dan berbagai pemangku kepentingan dalam mempromosikan potensi ekonomi Indonesia.

Salah satu pihak yang berperan penting adalah Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah, yang memfasilitasi lima IKM untuk berpartisipasi dalam TEI 2025. Namun, dalam pelaksanaan TEI 2025, ada perubahan dalam cara dukungan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Beberapa fungsi teknis, seperti pengelolaan dan administrasi peserta, tidak lagi sepenuhnya dilakukan oleh dinas, tetapi melibatkan pihak ketiga. Situasi ini menciptakan kebutuhan untuk memahami kembali peran dinas dalam konteks dukungan ekspor IKM.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam mendukung ekspor IKM melalui *Trade Expo Indonesia 2025*. Berdasarkan uraian tersebut, maka muncul beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana mekanisme pendaftaran dan seleksi Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kalimantan Tengah dalam keikutsertaan *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025*, serta peran pihak ketiga dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam proses tersebut? (2) Bagaimana peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam pembinaan dan penguatan kapasitas IKM, khususnya terkait aspek legalitas, administrasi, dan kesiapan ekspor sebelum mengikuti TEI 2025? (3) Bagaimana bentuk peran Disdagperin Provinsi Kalimantan Tengah dalam memfasilitasi promosi dagang dan keikutsertaan IKM pada TEI 2025, baik pada tahap persiapan maupun pelaksanaan pameran? (4) Apa saja perubahan pola fasilitasi keikutsertaan IKM pada TEI 2025 dibandingkan dengan periode sebelumnya, serta bagaimana dampaknya terhadap dukungan yang diterima oleh IKM?

(5) Apa hasil dan perubahan yang dirasakan oleh IKM Kalimantan Tengah setelah mengikuti TEI 2025, serta hambatan yang masih dihadapi dalam keberlanjutan promosi dan ekspor produk?

Ekspor adalah salah satu elemen dalam perdagangan global yang mencakup pengiriman barang atau jasa dari satu negara ke negara lain untuk memperluas pasar dan memperoleh keuntungan ekonomi. Ekspor menjadi salah satu ukuran penting dalam mengevaluasi kinerja perdagangan suatu negara karena kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan pemasukan devisa, pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan pekerjaan. Secara teoritis, ekspor dipengaruhi oleh faktor dari dalam seperti kapasitas produksi, kualitas barang, dan pengetahuan mengenai prosedur perdagangan internasional, serta faktor dari luar seperti kondisi pasar global dan kebijakan perdagangan (Kusuma et al, 2025).

Dalam studi akademik mengenai usaha kecil dan menengah (UKM), ekspor juga dipandang sebagai strategi penting untuk mengatasi keterbatasan pasar dalam negeri dan memanfaatkan peluang yang ada di tingkat global. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun UKM sering kali mengalami kendala seperti tingginya biaya transaksi dan kurangnya pengalaman di pasar internasional, dukungan untuk promosi ekspor yang baik dapat membantu meningkatkan kinerja ekspor mereka dengan memperluas jaringan pemasaran dan kemampuan internasional. (Obadia & Vida, 2023).

Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah jenis usaha yang beroperasi dengan skala dan modal yang lebih sedikit dibandingkan perusahaan besar. Dalam perekonomian, IKM memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi daerah karena dapat memberikan banyak lapangan kerja, menyebarkan aktivitas ekonomi ke berbagai wilayah, dan mendorong inovasi produk yang berbasis pada sumber daya setempat. Meskipun begitu, IKM juga menghadapi banyak tantangan di era globalisasi dan perdagangan bebas, terutama terkait akses ke pasar ekspor, inovasi teknologi, dan kemampuan memasarkan produk di tingkat internasional. (Irawati et al., 2025).

Penelitian mengenai IKM menyoroti bahwa strategi pengembangan yang menyeluruh seperti peningkatan mutu produk, akses modal yang lebih baik, serta dukungan pelatihan untuk pemasaran dan teknologi sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing IKM di pasar global. Tanpa dukungan tersebut, banyak IKM yang masih terjebak di pasar dalam negeri dan belum bisa memanfaatkan peluang ekspor dengan baik (Irawati et al., 2025)

Promosi dagang atau yang dikenal dengan istilah *trade promotion* adalah serangkaian aturan dan aksi yang ditujukan untuk meningkatkan jumlah perdagangan (termasuk ekspor) suatu negara atau daerah dengan memberikan bantuan kepada para pelaku usaha agar dapat masuk dan berkembang di pasar internasional. Dalam pembahasan mengenai perdagangan global, promosi dagang mencakup aktivitas seperti penyediaan informasi mengenai pasar, dukungan untuk berpartisipasi dalam pameran

dagang, pelatihan untuk mengekspor produk, serta pemberian bantuan teknis dan finansial kepada para pelaku usaha yang ingin mengirimkan barang mereka ke luar negeri.

Studi mengenai promosi ekspor, terutama yang berkaitan dengan industri kecil dan menengah (IKM), menunjukkan bahwa program promosi yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelaku usaha kecil terhadap hasil ekspor mereka, terutama melalui kegiatan seperti pameran dagang dan menemukan jaringan distributor di luar negeri. Pendekatan ini tidak hanya membantu menciptakan peluang pasar baru tetapi juga memperkuat posisi IKM di ranah internasional dengan cara membangun hubungan bisnis yang strategis. (Wilkinson & Brouthers, 2006)

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk mendalami peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah (Disdagperin) dalam menunjang ekspor IKM melalui keterlibatannya dalam Pameran Dagang Indonesia 2025 (TEI). Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat mengobservasi proses dan juga pengalaman para pihak yang terlibat sebagaimana terjadi secara konkret, tidak hanya berdasarkan angka-angka formal atau data, tetapi juga melalui cerita, dinamika, dan praktik kerja di lapangan.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

- Penelitian dilakukan pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Prov. Kalteng (Disdagperin) Provinsi Kalimantan Tengah sebagai instansi yang memfasilitasi keikutsertaan IKM dalam *Trade Expo Indonesia 2025*.
- Fokus penelitian ditujukan pada tiga dari lima IKM yang dibawa oleh Disdagperin TEI 2025, yaitu:
  1. Indang Apang Galeri
  2. Borneo Queen
  3. Anyaman Harati

#### **2. Waktu Penelitian**

- Penelitian dilaksanakan selama dua bulan, yakni mulai 20 Oktober hingga 20 Desember 2025, untuk memperoleh data yang lengkap mengenai proses persiapan, pendampingan, dan dukungan yang diberikan Disdagperin kepada IKM tersebut.

#### **3. Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Penelitian ini memanfaatkan data kualitatif yang diambil dari berbagai sumber yang berhubungan dengan fokus analisis. Proses pemilihan narasumber dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yang mempertimbangkan keterlibatan langsung para narasumber dalam aktivitas ekspor IKM dan pelaksanaan *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025*.

#### 1. Sumber Data Utama

Data utama diambil secara langsung melalui wawancara dan mengamati terhadap individu yang terlibat dalam penelitian, yaitu: Staf Divisi Perdagangan Luar Negeri Disdagperin Provinsi Kalimantan Tengah. Narasumber merupakan pegawai yang menangani isu perdagangan internasional, serta berperan dalam membantu dan bagi IKM lokal yang berpartisipasi dalam TEI 2025. Informasi yang didapat dari narasumber ini dimanfaatkan untuk memahami fungsi Disdagperin, proses fasilitasi, dan jenis dukungan yang diberikan kepada IKM. IKM Peserta TEI 2025 Narasumber dari pelaku usaha terdiri dari tiga IKM yang didukung oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah, yaitu Indang Apang Galeri, Borneo Queen, dan Anyaman Harati. Data yang diperoleh meliputi pengalaman mengikuti pameran, jenis pendampingan yang diterima, tantangan yang dihadapi, serta pengaruh partisipasi dalam TEI 2025 terhadap perkembangan usaha.

#### 2. Sumber Data Tambahan

Data tambahan digunakan sebagai pelengkap dan pendukung bagi data utama. Sumber ini diambil dari berbagai dokumen dan referensi tertulis, termasuk dokumen internal Disdagperin Provinsi Kalimantan Tengah, laporan dan publikasi resmi dari *Trade Expo Indonesia 2025*, dokumen pendukung dari Bank Indonesia terkait program IKM Siap Ekspor, serta materi promosi dan dokumentasi acara pameran. Selain itu, data tambahan juga berasal dari literatur ilmiah seperti jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan subjek penelitian.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam riset ini menggunakan tiga metode utama untuk memperoleh informasi yang lengkap dan mendalam perihal peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam memfasilitasi UMKM pada Pameran Dagang Indonesia 2025.

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan staf dari Divisi Perdagangan Luar Negeri Kantor Perdagangan dan Industri Provinsi Kalimantan Tengah, serta dengan pemilik dua IKM yang berpartisipasi dalam TEI 2025,

yaitu Amelia Agustina (Indang Apang Galeri), Kiki Aprilia (Borneo Queen), Nurhidayah (Anyaman Harati) dan observasi lapangan

Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas IKM di lokasi industri masing-masing, meliputi alur produksi, pengemasan, kesiapan administratif, dan persiapan pameran.

## 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi diterapkan guna mengumpulkan berbagai dokumen pendukung seperti foto-foto kegiatan, brosur produk, dokumen administrasi ekspor, laporan internal, dan publikasi resmi terkait TEI 2025 dari pemerintah dan panitia penyelenggara.

## 5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap utama untuk mengolah data kualitatif secara sistematis dan mendalam:

### 1. Reduksi Data

Pada tahap ini, semua data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilih, disortir, dan diringkas. Informasi yang tidak relevan dieliminasi, dan data yang berkaitan dengan peran Disdagperin, proses kegiatan, pengalaman IKM, serta mekanisme partisipasi dalam TEI 2025 juga dikelompokkan sesuai fokus penelitian.

### 2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk uraian narasi, tabulasi, dan keterkaitan antar variabel untuk mempermudah peneliti mengidentifikasi pola, alur, dan hubungan antar elemen.

### 3. Studi Kepustakaan

Pada tahap ini, dilihat kembali data beberapa catatan dan dokumen yang tersedia diberbagai instansi atau Lembaga. Data-data yang dikumpulkan adalah data-data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Prov. Kalteng, sesuai kebutuhan penelitian.

### 4. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Pada tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang muncul dari data. Kesimpulan ini terus diuji melalui proses verifikasi dengan membandingkan temuan antar sumber data (triangulasi) sehingga hasil penelitian valid dan dapat diandalkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Awal Pendaftaran dan Seleksi IKM untuk TEI 2025

Proses pendaftaran dan seleksi IKM yang berpartisipasi dalam Pameran Dagang Indonesia (TEI) 2025 tidak dilakukan langsung oleh Kantor Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah. Mekanisme seleksi dilakukan di bawah bimbingan Bank Indonesia melalui program IKM Siap Ekspor (*BI-UMKM Go Export*). IKM yang sudah mengikuti *bootcamp*, pelatihan, dan pembinaan secara otomatis menjadi calon peserta TEI.

Pada mekanisme penentuan peserta TEI 2025, Bank Indonesia bertindak sebagai pihak ketiga yang melakukan proses seleksi, kurasi, dan verifikasi kesiapan IKM sebelum diserahkan kepada Dinas Industri dan Perdagangan untuk tahap fasilitasi. Disdagperin berfungsi sebagai penerima data IKM yang telah dipilih, selanjutnya melanjutkan dengan mengkoordinasikan tempat pameran, pengelolaan kegiatan, serta penempatan peserta ke dalam kluster produk yang sesuai. Oleh karenanya, meskipun pemilihan sepenuhnya dilakukan oleh BI, Disdagperin bertindak sebagai jembatan antara hasil seleksi dan persiapan pelaksanaan pameran, sehingga IKM dapat berpartisipasi dalam kegiatan dengan cara yang maksimal dan terarah. Bank Indonesia menetapkan berbagai syarat kelayakan, termasuk kesiapan barang, kemampuan pemasaran, manajemen usaha yang efektif, kelengkapan materi promosi, serta kemampuan berkomunikasi dengan pembeli. Setelah IKM dianggap memenuhi semua kriteria tersebut, baru kemudian pihak dinas akan berperan dalam memberikan dukungan. Dengan demikian, proses penilaian dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai otoritas yang berwenang, sementara dinas terlibat pada tahap pelaksanaan acara.

### **Pembinaan Dinas dan Penguatan Kapasitas IKM**

Meskipun BI menyelenggarakan program seperti *bootcamp*, *mentoring*, dan pelatihan ekspor, Disdagperin masih memiliki peran dalam memberikan dukungan struktural melalui pengadaan legalitas usaha, kemudahan dalam perizinan, serta bantuan sertifikasi yang diperlukan oleh IKM sebelum mengikuti pameran.

Bantuan dalam aspek hukum dan administrasi ini sangat krusial karena legalitas adalah syarat utama bagi IKM yang ingin terlibat di pasar ekspor. Narasumber menjelaskan bahwa seluruh proses perizinan yang ditawarkan oleh dinas berlangsung dengan cepat dan mudah menggunakan layanan *online*. Ini menunjukkan bahwa Disdagperin berfungsi untuk memperkuat dasar usaha IKM, memastikan semua hal administratif telah terpenuhi sebelum IKM ikut serta di TEI.

### **Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam Promosi Dagang**

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah memiliki fungsi penting dalam meningkatkan promosi produk lokal serta komoditas unggulan di daerah. Aktivitas promosi ini merupakan elemen kunci dalam upaya pemerintah daerah untuk

memperluas pasar produk lokal, meningkatkan daya saing pelaku usaha, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Salah satu kontribusi nyata Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kalteng dalam promosi produk adalah dengan memfasilitasi dan menampilkan produk unggulan daerah dalam pameran berskala nasional dan internasional. Misalnya, pada *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025*, Disdagperin bersama Pemerintah Provinsi menampilkan bermacam produk khas dari Kalimantan Tengah seperti kerajinan tangan, pakaian, tas, dan berbagai makanan olahan, serta komoditas dari sektor sumber daya alam. Partisipasi ini bertujuan tidak hanya untuk mempresentasikan produk, tetapi juga untuk memperluas jaringan bisnis, memperkuat merek produk daerah, serta membuka kesempatan investasi dan kolaborasi baru.

Selain itu, Disdagperin juga aktif dalam pengembangan pemasaran digital dan penggunaan teknologi informasi sebagai alat promosi. Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kalteng mengajak pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Industri Kecil dan Menengah (IKM) untuk memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce* agar produk mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan sampai ke pasar nasional dan internasional. Sebagai bagian dari strategi ini, Disdagperin bersama Dekranasda membuat situs web yang membantu memaksimalkan promosi produk pelaku usaha lokal.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga mendorong masyarakat serta pelaku usaha untuk mencintai produk lokal melalui kampanye yang mendukung konsumsi barang-barang dalam negeri seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (BBI). Sosialisasi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya mendukung produk lokal, tetapi juga memperkuat posisi produk daerah dalam persaingan pasar.

Kegiatan promosi dagang lainnya dilakukan melalui pameran dan expo di tingkat daerah, seperti Kalteng Expo, yang merupakan peluang strategis bagi pelaku IKM untuk mempresentasikan dan menjual produk mereka secara langsung kepada pengunjung. Disdagperin menyediakan fasilitas pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan kepada IKM agar produk mereka dapat dipamerkan dengan baik serta menarik perhatian konsumen.

Selain itu, Disdagperin juga mengadakan klinik konsultasi IKM, pelatihan tentang pemasaran, serta dukungan desain kemasan yang mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk mereka agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Usaha-usaha ini merupakan bagian dari promosi dagang yang tidak langsung dan membantu meningkatkan kemampuan pemasaran serta daya tarik produk lokal.

**Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah dalam**

## **Memfasilitasi Keikutsertaan IKM pada TEI 2025**

Setelah proses pemilihan selesai, Disdagperin menerima daftar IKM yang terpilih dan melanjutkan tugasnya di tahap fasilitasi pelaksanaan. Borneo Queen dan Indang Apang Galeri mengungkapkan bahwa Disdagperin berperan sebagai penghubung antara IKM daerah dengan penyelenggara pusat TEI, khususnya dalam koordinasi teknis dan pengaturan keikutsertaan di paviliun daerah. Anyaman Harati, yang baru pertama kali berpartisipasi dalam TEI, merasa sangat terbantu oleh peran Disdagperin karena memberikan petunjuk awal mengenai proses pameran internasional yang sebelumnya tidak dipahami.

Dengan demikian, peran Disdagperin dalam TEI 2025 dapat diidentifikasi sebagai peran yang membantu dan operasional, yakni menghubungkan hasil seleksi dengan pelaksanaan pameran agar IKM dapat tampil dengan cara yang terarah dan sesuai.

### **Fasilitas dan Bantuan Dinas Selama Pameran**

Pada saat pelaksanaan, Disdagperin menjadi pihak utama dalam memberikan fasilitas pameran. Fasilitas yang diberikan meliputi:

1. Penyediaan dan pengaturan stan pameran
2. Perlengkapan untuk tampilan dan kebutuhan teknis (listrik, meja, latar belakang, dan lain-lain)
3. Bantuan kepada IKM selama pameran
4. Dokumentasi acara sebagai bentuk tanggung jawab dan publikasi

Sementara itu, BI menanggung biaya akomodasi dan tiket pesawat, Disdagperin memastikan semua aspek pameran berjalan dengan baik dan representatif. Bantuan langsung dari dinas mempermudah IKM dalam mengatur kunjungan pembeli, terutama saat stan ramai.

Narasumber menyatakan bahwa petugas dinas juga membantu menjaga kelancaran interaksi dengan pembeli, mengatur antrean, serta menjaga agar transaksi berlangsung dengan lancar. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran operasional dinas dalam mendukung aktivitas stan selama pameran.

### **Perubahan Pola Fasilitasi TEI 2025 dibandingkan Periode Sebelumnya**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku Industri Kecil dan Menengah, khususnya Borneo Queen yang secara konsisten mengikuti *Trade Expo Indonesia (TEI)*, penyelenggaraan TEI 2025 dirasakan berbeda dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Pada periode terdahulu, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah memegang peran yang relatif dominan dan terpusat, mencakup seleksi peserta, fasilitasi pelaksanaan, pendampingan, serta dukungan pembiayaan berupa akomodasi dan uang saku bagi peserta pameran. Dukungan tersebut memberikan rasa

aman bagi pelaku IKM sehingga mereka dapat lebih berkonsentrasi pada kegiatan pameran tanpa terbebani oleh biaya tambahan.

Namun, pada pelaksanaan *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025*, skema dukungan mengalami perubahan dengan melibatkan Bank Indonesia bersama pihak terkait lainnya dalam proses seleksi, pengembangan, dan pendampingan IKM. Dalam skema ini, Dinas Perindustrian dan Perdagangan tidak lagi berperan sebagai pelaksana utama, melainkan menjalankan fungsi koordinasi teknis serta pengelolaan kegiatan di lokasi pameran. Perubahan model tersebut berdampak pada berkurangnya bantuan langsung yang sebelumnya diterima pelaku IKM, khususnya terkait dukungan pembiayaan di luar aspek teknis

### **Hambatan yang Dihadapi IKM dan Fungsi Disdagperin dalam Mengatasinya**

Borneo Queen dan Indang Apang Galeri mengemukakan bahwa salah satu kendala utama yang dihadapi adalah ketiadaan fasilitas penyimpanan di Jakarta yang dapat dimanfaatkan oleh IKM daerah sebagai lokasi transit atau pengumpulan barang pascapameran.

Tidak adanya tempat ini menyulitkan IKM saat ada permintaan lebih lanjut dari pembeli, karena pengiriman barang harus dilakukan langsung dari tempat asal dengan biaya pengiriman yang lebih mahal dan waktu yang lebih lama. Mengenai masalah gudang, para narasumber menyatakan bahwa Disdagperin kini sedang melanjutkan proses untuk mencari tempat penyimpanan di Jakarta yang bisa mendukung IKM di Kalimantan Tengah. Langkah ini dianggap sangat penting untuk membantu kelancaran pengiriman barang dan memastikan hasil pameran tetap berlanjut, terutama untuk merespon minat pembeli setelah TEI. Selain itu, hambatan muncul saat pameran berlangsung, terutama ketika banyak pembeli datang secara bersamaan. Keadaan ini mengharuskan IKM untuk membagi perhatian, menjaga komunikasi, dan memastikan setiap pembeli merasa dilayani dengan baik.

Dalam situasi seperti ini, Disdagperin berperan sebagai pendamping yang membantu menjaga kelancaran interaksi di stan pameran. Tugas dinas ini meliputi:

1. Mengatur arus kedatangan pembeli ketika antrean semakin banyak.
2. Memberikan penjelasan awal kepada pembeli agar situasi tetap tenang dan teratur.
3. Membantu menjaga barang pameran agar tidak tertukar atau rusak saat stan ramai.
4. Berperan sebagai "penghubung komunikasi" sementara ketika IKM sedang melayani pembeli lain.

Peran pendampingan ini sangat krusial karena membantu IKM mengurangi beban komunikasi dan memastikan semua pembeli mendapatkan perhatian. Dengan begitu, hambatan tidak menghalangi proses promosi produk, dan stan tetap berfungsi dengan

baik.

### **Hasil dan Perubahan Setelah Ikut TEI 2025**

Keterlibatan pengusaha dari Kalimantan Tengah dalam acara *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025* menghasilkan dampak yang nyata dan membawa perubahan signifikan untuk pengembangan usaha serta perluasan pasar produk unggulan daerah. Hasil yang paling utama adalah tidak hanya peningkatan visibilitas produk di tingkat dunia, tetapi juga terlaksananya tindak lanjut bisnis yang nyata, termasuk pesanan pembelian, kerja sama dagang, hingga penandatanganan nota kesepahaman (*Memorandum of Understanding/MoU*) dengan pembeli dari luar negeri.

Salah satu pencapaian penting setelah berpartisipasi di TEI 2025 adalah adanya konfirmasi tindak lanjut pesanan dari berbagai negara. Menurut data laporan kegiatan, Dapur S'best berhasil mendapatkan konfirmasi tindak lanjut dari pembeli di Australia dan Singapura, serta menandatangani MoU dengan pembeli dari Bangladesh untuk produk kerupuk mentah dari ikan gabus dan rengginang mentah dengan varian udang dan cumi-cumi. Pencapaian ini menunjukkan peningkatan kepercayaan dari pembeli internasional terhadap kualitas produk olahan makanan dari Kalimantan Tengah.

Lebih jauh lagi, berpartisipasi di TEI 2025 juga memberikan kesempatan untuk promosi lebih lanjut di pasar global. Dapur S'best lolos seleksi untuk mengikuti pameran internasional "*Taste of Indonesia*" di Victoria Market, Melbourne, Australia, dan pameran *Discovering the Magnificent of Indonesia (DMI)* di Jaarbeurs, Utrecht, Belanda. Keberhasilan lolos seleksi ini menunjukkan adanya peningkatan daya saing produk, khususnya dalam hal kualitas, kemasan, dan kesiapan untuk menghadapi pasar internasional.

Hasil positif juga dirasakan oleh pengusaha di bidang kerajinan. Borneo Queen berhasil mendapatkan tindak lanjut dari pembeli asal Vietnam, sementara produk aksesoris dari Borneo Queen serta Batik Umiy Lasega menjadi yang paling banyak diminati selama pameran. Penjualan terbanyak berasal dari pembeli di negara Eropa, seperti Polandia dan Belanda, yang menunjukkan tingginya minat pasar internasional terhadap produk kerajinan dan batik yang berbasis kearifan lokal dari Kalimantan Tengah.

Di pihak lain, IKM Anyaman Harati, Indang Apang Galeri, dan Umiy Lasega berhasil mendapatkan tindak lanjut terhadap tawaran kerja sama dari pembeli dari Papua Nugini. Tindak lanjut ini menjadi bukti bahwa TEI 2025 tidak hanya berperan sebagai ajang promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun jaringan bisnis dan menjajaki pasar baru, terutama di wilayah Pasifik.

Selain itu, manfaat lainnya seperti manfaat kompetensi juga membuat IKM mendapatkan pengetahuan baru tentang:

- Bagaimana cara menghadapi pembeli internasional.
- Teknik untuk mempromosikan produk di pasar global.
- Penyesuaian harga, standar kualitas, dan penjelasan produk dalam konteks ekspor.
- Standar komunikasi serta etika bisnis internasional.
- Pengalaman yang didapatkan secara langsung ini meningkatkan rasa percaya diri IKM untuk memasuki pasar global.

Selain memperluas koneksi dengan pembeli, ikut serta dalam TEI juga memberikan dampak baik terhadap terbangunnya kerja sama di antara IKM. Para pelaku IKM dapat bertemu dengan pelaku bisnis lain dari berbagai daerah dan sektor, sehingga terciptalah kesempatan untuk saling berbagi informasi, pengalaman, dan peluang kerja sama. Hubungan antara pelaku usaha ini membuka peluang untuk berkolaborasi dalam berbagai bentuk, seperti bersama dalam produksi, menggabungkan produk untuk meningkatkan nilai, hingga kerja sama pemasaran antar daerah. Dengan demikian, TEI tidak hanya berfungsi sebagai tempat promosi produk tetapi juga sebagai sarana memperkuat jaringan usaha yang bisa meningkatkan daya saing IKM secara bersama.

Di sisi lain, partisipasi dalam *Trade Expo Indonesia* sebagai perwakilan daerah juga berpengaruh pada peningkatan reputasi usaha dan rasa percaya diri pelaku IKM. Mengikuti pameran berskala nasional dan internasional memperbaiki citra bisnis serta membangkitkan kebanggaan bagi pelaku usaha karena bisa menunjukkan produk unggulan daerah ke pasar yang lebih besar. Pengalaman yang didapat dari mengikuti TEI juga memperkaya pengetahuan IKM tentang proses pameran internasional, mulai dari persiapan produk, menyampaikan informasi kepada pembeli, hingga cara berkomunikasi dan bernegosiasi dalam bisnis. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk lebih percaya diri menghadiri pameran internasional berikutnya dengan persiapan yang lebih baik.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Studi ini menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Tengah memiliki peran penting dalam mendukung ekspor Industri Kecil dan Menengah (IKM) lewat *Trade Expo Indonesia (TEI) 2025*. Perannya bersifat strategis dan mampu beradaptasi dengan perubahan dalam cara membantu. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, keberadaan Disdagperin menjadi kunci untuk membantu IKM yang mengalami kesulitan dalam mengakses pasar luar negeri, meskipun mereka tidak lagi menjadi pihak utama dalam memilih peserta.

Dengan adanya perubahan pada cara pelaksanaan TEI 2025, yang melibatkan pihak ketiga dalam proses seleksi dan pembinaan awal, posisi Disdagperin berubah dari pemimpin menjadi pendukung operasional dan asistensi teknis. Walaupun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran ini masih sangat penting, terutama dalam

memastikan semua hal kerja sama teknis pameran, dan memberikan dukungan langsung selama acara berlangsung. Peran ini membantu IKM untuk tampil sebaik mungkin dan memanfaatkan peluang bisnis di luar negeri.

Pengaruh partisipasi IKM Kalimantan Tengah dalam TEI 2025 terlihat tidak hanya dari meningkatnya popularitas produk, tetapi juga dari hasil konkret seperti tindak lanjut pesanan, kerja sama bisnis, penandatanganan perjanjian, dan peluang untuk ikut serta dalam pameran internasional lainnya. Selain itu, TEI 2025 berfungsi sebagai alat untuk membangun jaringan bisnis, memperkuat kerja sama antara IKM, serta meningkatkan kemampuan non-teknis IKM, seperti pemahaman tentang pasar global, etika dalam berbisnis internasional, dan peningkatan rasa percaya diri para pelaku usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antara News Kalimantan Tengah. (2023). *Disdagperin Kalteng dorong pelaku IKM manfaatkan teknologi informasi untuk promosi produk*. Diakses 21 Oktober 2025, pukul 11.00 WIB, dari <https://kalteng.antaranews.com/berita/609579/disdagperin-kalteng-dorong-pelaku-ikm-manfaatkan-ti-optimalkan-promosi-produk>
- Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. (2024). *Pameran expo sebagai sarana promosi produk UMKM*. Diakses 23 Oktober 2025, pukul 12.00 WIB, dari <https://diskominfo.kalteng.go.id/berita/read/746/index.html>
- Irawati, I., Sari, M., & Pratama, A. (2025). Strategi pengembangan industri kecil dan menengah dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Ecoment Global*, 10(1), 45–58. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/5767>
- Media Center Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah. (2023). *Expo menjadi kesempatan strategis mempromosikan produk UMKM*. Diakses 23 Oktober 2025, pukul 12.00 WIB, dari <https://mmc.kalteng.go.id/berita/read/41049/penyuluh-perindag-pipit-a-ningrum-expo-jadi-kesempatan-strategis-untuk-promosikan-semua-hasil-produk-dari-pelaku-umkm>
- Media Center Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah. (2024). *Disdagperin Kalteng gencarkan kampanye Bangga Buatan Indonesia*. Diakses 20 Desember 2025, pukul 13.00 WIB, dari <https://mmc.kalteng.go.id/berita/read/48167/disperindag-kalteng-gencarkan-kampanye-bbi-gen-z-didorong-jadi-penggerak-produk-lokal>
- Media Center Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah. (2025). *Produk kearifan lokal*

dan SDA unggulan Kalteng tampil di Trade Expo Indonesia 2025. Diakses 20 Desember 2025, pukul 13.00 WIB, dari <https://mmc.kalteng.go.id/berita/read/49011/produk-kearifan-lokal-dan-sda-unggulan-kalteng-tampil-di-trade-expo-indonesia-2025>

Obadia, C., & Vida, I. (2023). Export marketing strategy and performance: A focus on SMEs promotion. *International Business Review*, 32(4), 102067. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969593123001294>

Perdagangan internasional dan ekspor. (2025). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Usaha*. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/download/5026/3606>

Wilkinson, T. J., & Brouters, L. E. (2006). Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15(3), 233–252. [https://www.academia.edu/47497306/Trade\\_promotion\\_and\\_SME\\_export\\_performance](https://www.academia.edu/47497306/Trade_promotion_and_SME_export_performance)