

RINGKASAN

Upaya Peningkatan Ekspor Jasa Dan Produk Melalui Program S’RASA Pada Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa Dan Produk Kreatif, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Ricky Dwi Baharudin, NIM D43220695, Tahun 2025, Jurusan Bisnis, Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Negeri Jember, Dosen Pembimbing Magang Dr. dr. RR Lia Chairina, MM.

Kegiatan magang ini dilaksanakan di Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Magang bertujuan memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam memahami tugas pemerintah dalam pengembangan ekspor nasional, khususnya pada sektor jasa dan produk kreatif.

Selama menjalani magang, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mengikuti berbagai kegiatan, mulai dari pengenalan lembaga, business matching, hingga partisipasi langsung pada acara besar seperti *Trade Expo Indonesia* (TEI) 2025 dan *Jakarta Muslim Fashion Week* (JMFW) 2026. Pada kegiatan JMFW, mahasiswa mengamati proses kurasi brand, strategi promosi global, serta dinamika industri fesyen muslim Indonesia dalam memperluas pasar ekspor.

Kegiatan khusus yang menjadi fokus utama magang adalah Program Rasa Rempah Indonesia (S’RASA), sebuah program nasional untuk memperkuat diplomasi kuliner dan meningkatkan ekspor produk berbasis rempah Indonesia melalui dukungan kepada restoran Indonesia di 5 kota: New York, Amsterdam, Tokyo, London, dan Sydney. Mahasiswa terlibat dalam proses kurasi restoran, analisis tantangan implementasi, serta penyusunan rekomendasi. Sebanyak delapan restoran dinyatakan lolos sebagai peserta *pilot project* berdasarkan legalitas, kondisi restoran, keaslian menu, branding, lokasi, komunitas pendukung, dan kebutuhan pengembangan usaha.

Melalui observasi, wawancara, dan penelusuran dokumen, ditemukan berbagai masalah yang memengaruhi keberhasilan program S'RASA, antara lain keterbatasan SDM terlatih, strategi promosi yang belum optimal, tingginya biaya logistik, keterbatasan bahan baku asli Indonesia, hingga regulasi keamanan pangan yang ketat di negara tujuan. Identifikasi akar masalah dilakukan menggunakan metode diagram *fishbone* (4M: *Man, Method, Material, Milieu*).

Berdasarkan hasil analisis tersebut, beberapa solusi dan rekomendasi dirumuskan, seperti peningkatan pelatihan bagi staf restoran, penguatan strategi promosi global, perluasan kerja sama logistik dan eksportir, fasilitasi rantai pasok bahan baku, serta penyederhanaan dukungan pendanaan agar lebih tepat guna.

Secara keseluruhan, magang ini memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif, peran diplomasi kuliner dalam ekonomi nasional, serta tantangan implementasi kebijakan lintas negara. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya kompetensi mahasiswa dalam bidang pemasaran internasional, tetapi juga meningkatkan kemampuan analisis, komunikasi, dan pemecahan masalah dalam konteks dunia kerja nyata.