

## **RINGKASAN**

**Yudha Fabrian Wrihardika. Peran Platform Inaexport Terhadap Promosi Produk Ekspor UMKM Indonesia: Studi Kasus Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor. Dosen Pembimbing Dr. Ardhitya Alam Wiguna,S.E., M.M**

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional bertanggung jawab atas perumusan dan pelaksana di bidang pengembangan ekspor nasional, termasuk kordinasi, fasilitasi, pembinaan,serta penyusunan strategi untuk mendorong peningkatan daya saing produk ekspor Indonesia di pasar internasional. Struktur organisasinya mencakup Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional sebagai eselon I dan dibawahnya ada Sekretariat Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Direktorat Pengembangan Pasar Produk Primer, Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, dan Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif. Setiap unit memiliki peran yang terdefinisi dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025. Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor sebagai penyusun strategi pengembangan pasar ekspor dan analisis informasi pasar internasional. Salah satu fungsi nya adalah penyiapan pelaksana kebijakan di bidang pengembangan pasar Amerika dan Eropa, Asia Pasifik, Afrika dan timur tengah, serta pengembangan kelembagaan promosi, sistem informasi ekspor, dan pelayanan informasi ekspor.

Promosi ekspor merupakan salah satu mandat strategis Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dalam mendorong peningkatan daya saing produk nasional di pasar Internasional. Menteri Perdagangan Bapak Dr Budi Santoso,M.si melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional menggemarkan gerakan “UMKM bisa Ekspor”. Sebagai bagaian dari komitmen tersebut, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dalam gerakan UMKM bisa Ekspor memberikan dukungan yang konkret bagi pelaku usaha dalam memasuki pasar internasional.

Gerakan ini tidak hanya mendorong peningkatan kualitas produk,tetapi juga memfasilitasi akses informasi pasar, peluang bisnis, serta pemanfaatan platform digital seperti Inaexport sebagai sarana promosi modern. Melalui promosi modern yang dilakukan DJPEN dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penghubung dengan pelaku usaha mauapun *buyer* internasional. Namun dalam melakukan promosi ada beberapa faktor yang memperngaruhi ketehambatan kegiatan promosi ekspor yaitu faktor *Method*(Metode), *Environtment*(Lingkungan), *Technoogy*(Teknologi), *Material* (Bahan). Seperti kurang memanfaatkan platform media lain, kendala dan menyebabkan promosi ekspor sedikit yang melirik. Serta faktor *Material* konten yang ditampilkan tidak representatif untuk buyer internasional. Serta faktor *Technology* kendala server yang *down*. Dan faktor *Method* kurang maksimalnya dalam pengelolaan media sosial.

