



PENGARUH LEGALITAS USAHA, KEAMANAN PRODUK, DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK USAHA MIKRO MASUK PASAR EKSPOR

I Putu Artaya¹, I Gede Arimbawa², Made Kamisutara³

^{1,2,3}Narotama University Surabaya

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 2 Oktober 2026

Disetujui 5 Oktober 2026

Dipublikasikan 12 Oktober 2026

Keywords:

*business legality,
product safety,
consumer protection,
export market.*

Abstrak (Bahasa Indonesia)

Setiap pelaku usaha mikro sudah tentu menginginkan produknya dapat diterima lebih luas oleh konsumen, oleh karenanya salah satu cara untuk mencapai target tersebut adalah melalui perluasan pasar ekspor. Untuk dapat masuk ke dalam pasar ekspor diperlukan persyaratan yang ditentukan oleh negara tujuan ekspor. Persyaratan yang harus dipenuhi bagi pelaku usaha mikro agar produk mereka dapat diterima di pasar ekspor adalah legalitas usaha yang baik dan jelas, produk memiliki keamanan sehingga layak dikonsumsi, dan produk memiliki perlindungan yang baik bagi konsumennya. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sidoarjo tepatnya di enam kelurahan yang sebagian besarnya produknya telah mampu menembus pasar ekspor, dalam proses pengumpulan data ada 52 pelaku usaha mikro dimana sebagian besar produknya sedang menjalani kurasi dengan tujuan dinyatakan layak dan mampu lolos kegiatan ekspor. Bentuk data penelitian ini adalah data kualitatif melalui proses wawancara, kuesioner dan sebagian menggunakan data kuantitatif untuk bahan analisis data sebagai dasar keputusan. Dari hasil analisa statistik ketiga variabel yang digunakan memiliki hubungan linier dan berpengaruh terhadap proses kegiatan ekspor di enam kelurahan tersebut, bahkan semua variabel ternyata signifikan. Sehingga dapat diambil kesimpulan, untuk dapat lolosnya produk usaha mikro maka perbaikan legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen menjadi syarat mutlak bagi perluasan pasar ekspor produk usaha mikro tersebut dalam jangka panjang. Keterbatasan penelitian ini hanya mengandalkan kajian tiga variabel saja dalam mengupas tingkat kekuatan produk usaha mikro masuk ke pasar internasional.

The Influence of Business Legality, Product Safety, and Consumer Protection on Micro-Enterprise Products Entering the Export Market

Abstract (Bahasa Inggris)

Every micro-entrepreneur naturally desires their products to be more widely accepted by consumers. Therefore, one way to achieve this target is through export market expansion. To enter the export market, requirements set by the destination country are required. The requirements that micro-entrepreneurs must meet to ensure their products are accepted in the export market include good and clear business legality, product safety and proper consumer protection. This research was conducted in Sidoarjo Regency, specifically in six sub-districts, most of whose products have successfully penetrated the export market. In the data collection process, there were 52 micro-

businesses, most of whose products were undergoing curation with the aim of being declared worthy and capable of passing export activities. The data for this study was qualitative data through interviews, questionnaires, and some supporting quantitative data related to the export process. The statistical analysis showed that the three variables used had a linear relationship and influenced the export process in the six sub-districts. In fact, all variables were found to be significant. Therefore, it can be concluded that for micro-business products to be accepted, improvements in business quality, product safety, and consumer protection are essential for expanding the export market for these micro-business products in the long term. This study's limitations lie in its reliance on only three variables to examine the strength of micro-business products entering the international market.

© 2018 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

✉ Alamat korespondensi:
putu.artaya@narotama.ac.id

PENDAHULUAN

Salah satu peluang yang dapat dirasakan oleh pelaku usaha mikro ketika mereka mengembangkan usaha adalah tingkat kemajuan dan kepercayaan dari konsumen atau pelanggan karena peran mereka mampu membuat usaha berangsur menjadi maju dan besar. Setiap pelaku usaha tentu tertantang untuk mencoba pasar yang lebih luas bagi pengembangan, pemasaran, dan distribusi serta penjualan produk mereka. Peluang tersebut tetap ada, dan salah satu kesempatan untuk meluaskan pasar yakni pasar ekspor. Menembus pasar ekspor sebuah peluang yang mudah namun susah. Dikatakan mudah apabila produk yang dikembangkan untuk melayani pasar ekspor dapat diterima dengan baik dan mendapat tempat di hati konsumen, namun sebaliknya jika produk yang diprospek untuk pasar ekspor tidak mendapat tempat yang baik tentu akan gagal total. Untuk dapat masuk pasar ekspor tidak mudah seperti teori yang sering didengar, namun harus mampu membaca peluang mengenai produk apa yang diminati oleh pasar luar negeri. Tentu hal ini membutuhkan kerja keras bagi pelaku usaha yang berminat mencoba pasar ekspor (Setiawan M et al., 2015). Banyak pelaku usaha mikro memiliki kesempatan untuk mencoba masuk ke pasar ekspor namun beberapa hambatan yang muncul diantaranya adalah ketrampilan dibidang manajemen pemasaran yang belum memadai, produk yang dihasilkan belum sesuai permintaan konsumen, otomatis kemampuan bersaingnya rendah, belum memiliki kemampuan yang baik dalam melayani konsumen, kemampuan dalam bidang teknologi modern masih kurang, dan lambat dalam membaca selera atau perkembangan pasar, hal ini diungkap dari hasil penelitian (Rahman Z, 2016). Hambatan lain yang muncul menurut (Muhlas et al., 2021) adalah setiap pemilik usaha

terbebani biaya ekspor yang tidak ringan, biaya untuk desain kemasan sesuai yang diminta konsumen ekspor, kepemilikan Haki, serta pemberlakuan sertifikasi tertentu bagi produk dan belum lagi masalah yang lainnya.

Permasalahan di atas tentu tersangkut dengan masalah internal pengelolaan usaha, belum lagi masalah yang muncul karena tekanan eksternal dari lingkungan usaha seperti tingkat persaingan, produk substitusi, ketidakmampuan distribusi, serta segala bentuk persyaratan yang datang dari negara tujuan. Segala bentuk tantangan ini dapat diatasi apabila pelaku usaha bersedia diri untuk ikut bergabung dengan kelompok atau lembaga yang memiliki atensi atau perhatian terhadap permasalahan usaha mikro baik yang dikelola pemerintah maupun lembaga swasta. (Rua O et al., 2018) menekankan pentingnya pembuatan kebijakan yang lebih toleran kepada pelaku usaha kecil, wirausaha dan pebisnis agar mereka mampu memahami segala kendala dan mampu mengatasinya melalui bimbingan, pengarahan, dan pendampingan. Pembuatan kebijakan tentunya harus memprioritaskan penanganan bagi pelaku usaha mikro yang bermasalah, sehingga segala bentuk kegiatan mampu berjalan dengan baik dalam upaya mencapai tujuan. (Kazungu, 2023) mengatakan melalui hasil penelitiannya terhadap pelaku usaha kerajinan, perlunya peningkatan kebijakan dalam usaha membentuk layanan pengembangan bisnis yang mampu memberikan pelatihan secara fokus bagi pelaku usaha yang berorientasi ke pasar ekspor. Pelatihan tersebut perlu ditunjang dengan pengembangan platform jaringan bisnis dengan tujuan untuk mendistribusikan segala bentuk informasi yang berguna sehingga semakin banyak pelaku usaha kecil terbantu oleh kegiatan ini. Dalam jangka panjang pelaku usaha akan memahami bagaimana situasi dan kondisi yang perlu dihadapi dengan baik untuk menuju pasar ekspor tersebut. (Kaukab et al., 2020) hampir sejalan dengan beberapa penelitian di atas perlunya penekanan pengetahuan tentang pasar luar negeri untuk perbaikan proses produksi, kemudian ditunjang oleh peningkatan pengetahuan, tata kelola sumber daya, dan kemampuan manajerial yang lebih baik, ini semua bertujuan untuk menyusun strategi yang lebih baik yang berkaitan erat dengan peningkatan kemampuan bersaing dan perbaikan segala bentuk proses oleh pelaku usaha dalam memperbaiki kemampuan bersaingnya di pasar internasional. (Henley & Song, 2020) menjelaskan bahwa kekuatan untuk menembus pasar internasional bagi pelaku usaha mikro dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha untuk menyerap berbagai sumber informasi dan pengetahuan dari lingkungan luar untuk menunjang kekuatan dalam menciptakan inovasi pada produk mereka. Inovasi ini akan membuat produk lebih menarik, bernilai tambah dan sesuai permintaan pasar. Inovasi beragam bentuknya

dapat bermula dari kemasan ramah lingkungan, kandungan produk bebas dari zat berbahaya, bentuk yang ergonomis, tidak mudah berkontaminasi dan lain-lain yang menunjukkan tingkat keamanan. Semua aspek tersebut sangat penting untuk keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Pottag, 2022).

Sejalan dari hasil penelitian di atas, penelitian yang kami lakukan ini berupaya mencari solusi terbaik bagi pelaku usaha untuk mendapatkan segala pengetahuan guna perbaikan tata kelola usahanya agar mampu memiliki peluang bahkan lolos menembus pasar internasional atau pasar ekspor (Purwaningsih et al., 2022). Semua hasil penelitian di atas jika ditarik kesimpulan memiliki keterkaitan di dalamnya dengan faktor yang kami kaji dalam kegiatan penelitian ini. Faktor tersebut adalah legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen. Satu faktor dengan faktor lainnya memiliki keterkaitan satu dengan lainnya. Sebagai contoh jika sebuah produk apapun wujudnya dikatakan memiliki nilai tinggi dalam perlindungan konsumen tentu produk tersebut dan kegiatan usahanya memiliki legalitas yang baik dan produknya aman. Apabila sebuah produk mampu memberikan perlindungan kepada konsumen dengan baik, maka produk tersebut merupakan hasil karya atau hasil produksi dari sebuah kegiatan usaha yang memiliki legalitas yang baik dan produk memiliki tingkat keamanan yang tinggi, jika kondisi ini berhasil diciptakan maka muncul tingkat kepercayaan pasar luar negeri terhadap kehadiran produk yang masuk melalui pasar ekspor (Ismail et al., 2017).

Dalam penelitian kami ini, mengapa legalitas usaha itu menjadi penting? Legalitas dapat diartikan sebagai satu wujud perlindungan hukum dari pemerintah, agar kegiatan usaha dapat dianggap memenuhi atau mematuhi segala bentuk peraturan yang diberlakukan terhadapnya. Hingga Juni 2023 jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai angka 22,68 juta (Kementerian Perdagangan RI, 2023), kenyataan yang ada di Indonesia pelaku usaha mikro masih sebagian belum memiliki legalitas yang baik dikarenakan munculnya persepsi bahwa mengurus legalitas usaha masih cenderung sulit, padahal pemerintah telah meluncurkan layanan Digital Onboarding yakni proses penerimaan, pengenalan, atau pendaftaran sebuah produk atau layanan yang dimiliki pelaku usaha atau perusahaan secara daring. Faktor lain yang menghambat adalah terbatasnya pengetahuan dan akses informasi yang diterima pelaku usaha, dan masih banyak pelaku usaha menganggap bahwa mengurus perizinan dan legalitas lainnya merupakan hal yang rumit (Noraga et al., 2023)(Fiqhiyyah et al., 2023). Bentuk legalitas usaha di Indonesia terdiri dari: beberapa dokumen legalitas perusahaan yang wajib dimiliki perusahaan seperti akta pendirian,

SK Menteri Hukum dan HAM, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan dokumen legalitas lainnya tergantung dari setiap jenis usahanya masing-masing (Faridah, 2021)(Ernanda, 2023). Dengan memiliki legalitas usaha yang lengkap dan baik maka ada keuntungan yang diperoleh pelaku usaha dalam upaya masuk ke pasar ekspor yakni pelaku usaha mendapatkan perlindungan hukum yang baik, mendapatkan akses dan kemudahan dalam mengembangkan usaha, kesempatan untuk mendapatkan pelatihan, bantuan pemasaran produk melalui berbagai pameran, pembiayaan yang lebih mudah, pendampingan usaha dari pemerintah, mendapat pembekalan mengenai peluang ekspor, dan mendapatkan informasi kekuatan serta kebutuhan pasar ekspor (Rozaki, 2023). Sebuah usaha telah memiliki legalitas yang baik maka otomatis kegiatan usaha tersebut mampu menciptakan keamanan produk serta bentuk perlindungan konsumennya yang baik. Pelaku usaha yang tidak memiliki legalitas usaha tentu tidak akan mendapatkan kesempatan memperoleh informasi dan mengikuti kegiatan dari pemerintah, mendapatkan pelatihan dan pendampingan mengenai tata kelola manajemen dalam upaya menghasilkan produk yang aman sebagai alat perlindungan konsumen yang baik untuk pasar ekspor atau pasar internasional yang akan ditujunya, bahkan beberapa kegiatan pelatihan dan pendampingan mampu memberikan manfaat besar bagi pelaku usaha seperti pelatihan yang komprehensif, pelatihan membangun relasi, tata cara melakukan ekspor, dan pembelajaran mengenai riset pasar, kemudian bisnis online ekspor, proses awal memulai ekspor, dan menguasai tata cara atau prosedur ekspor (Amengual & Bartley, 2022).

Bagi pelaku usaha mikro yang memiliki produk unggulan dan memiliki potensi untuk ekspor, di tahap awal mereka harus menata kelayakan usahanya dengan berbagai cara dan upaya tentu melalui proses pelatihan dan pendampingan. Mengapa demikian? Melalui informasi Kementerian Perdagangan RI bahwa tanpa legalitas yang sah, produk usaha mikro walaupun diminati oleh pasar internasional tetap cenderung ditolak, karena persyaratan utama sebuah produk dapat diterima di pasar ekspor adalah legalitas usahanya jelas, memiliki tingkat keamanan produk yang terjamin yang ditandai oleh uji kelayakan edar, dan produk tersebut memiliki tingkat keamanan yang baik sesuai dengan persyaratan yang diminta (Muthiah, 2016)(Alissa et al., 2023)(Hakim, 2020).

Legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan apabila sebuah produk usaha mikro masuk

ke dalam pasar ekspor atau pasar internasional. Ketiga faktor tersebut harus bersinergi dengan baik untuk menciptakan sebuah kondisi sesuai keinginan pasar yang dituju. Manfaat yang diperoleh jika legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen mampu diterapkan dengan baik dalam menjamin kepercayaan pasar internasional adalah 1). Produk lebih mudah diterima oleh pasar ekspor secara lebih luas, 2). Jika diterima oleh pasar ekspor maka kondisi ini sangat meningkatkan daya saing produk, 3). Meminimalkan beban biaya pemasaran dan publisitas produk, 4). Membuka peluang kerja sama antar negara menjadi lebih baik, 5). Mendukung program inovasi produk, 6). Menjaga keberlangsungan usaha ekspor produk dalam jangka panjang, 7). Membuka celah atau peluang dalam menunjang promosi ke negara tujuan yang lain, 8). Memberikan kontribusi dalam peningkatan penjualan (Istyarini et al., 2020).

Ketiga faktor di atas bagaikan tiga pilar utama yang memperkuat dan menunjang kemampuan serta daya saing produk usaha mikro ketika mereka harus bersaing dengan produk lain yang datang dari negara tetangga dengan tujuan ekspor negara yang sama di pasar internasional.

Legalitas Usaha

Menurut hasil penelitian (Ernanda, 2023) tentang pengelolaan kegiatan usaha yang terdiri berdasarkan legalitasnya yang terdiri dari 1) Akta pendirian, 2) SK Menteri Hukum dan HAM, 3). Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), 4). Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), 5). Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), 6). Tanda Daftar Perusahaan (TDP), ini semua bertindak sebagai kekuatan internal dan wajib dipenuhi. Aspek lain yang bertindak sebagai faktor eksternal yang harus dipahami dan dikuasai dengan benar saat masuk pasar internasional atau ekspor selain kekuatan legalitas usaha adalah 7). Ketersediaan jaringan usaha, 8). Layanan pelanggan di luar negeri, 9). Lisensi usaha, 10). Konsentrasi pasar atau segmentasi pelanggan, 11). Identitas atau merek, 12). Identifikasi tingkat persaingan, 13). Diversifikasi pasar atau keluasan pasar untuk menunjang kekuatan produk, 14). Dukungan peraturan di negara tujuan, 15). Stabilitas politik dan ekonomi, 16). Trend atau stabilitas permintaan produk, 17). Pengetahuan mengenai analisa pesaing yaitu siapa pesaing kuat di negara tujuan ekspor, 18). Analisis permintaan, mengenai seberapa besar produk usaha mikro disukai dinegara tujuan, dan terakhir 19). Saluran distribusi, tujuannya mempermudah produk tiba ditangan konsumen. Semua aspek di atas merupakan faktor penting yang harus dikuasai pelaku usaha dan merupakan kekuatan inti ketika produk berusaha masuk pasar internasional (Soimah & Imelda, 2023).

Keamanan Produk

Keamanan produk merupakan tindak lanjut atau sebuah hierarki dari legalitas usaha. Sebuah usaha yang memiliki legalitas yang baik dan lengkap sudah tentu memiliki tingkat keamanan yang baik terhadap barang yang diproduksinya dan barang yang dijual kepada masyarakat umum atau konsumen. Sebaliknya sebuah usaha apabila tidak memiliki legalitas yang lengkap maka produk yang dihasilkannya diragukan tingkat keamanannya. Jika barang yang dihasilkan berupa produk makanan dan minuman, sudah tentu tingkat keamanan berada pada 1). Bahan baku yang dipake, atau bahan baku yang dikombinasi dengan bahan lain, 2). Memiliki kemasan atau wadah yang baik, higienis dan dapat didaur ulang sedemikian rupa serta mampu melindungi isi dengan baik dan bebas dari kontaminasi, 3). Keamanan pangan dan sanitasi, kemudian pemilihan dan penyimpanan bahan makanan, 4). Memiliki satuan ukur standar keamanan pangan, 5). Metode pengujian keamanan pangan, 6). Higienes proses pengolahan pangan, 7). Proses distribusi produk pangan (Pathiassana & Izharrido, 2021)(Nurasia et al., 2021).

Ketentuan di atas berlaku secara eksternal karena dapat diawasi dan dikontrol oleh lembaga pemerintah, artinya bersedia atau tidak seorang pelaku usaha bidang makanan dan minuman harus patuh pada ketentuan tersebut. Secara internal dalam pengelolaan manajemen usaha, maka pelaku usaha harus mematuhi beberapa persyaratan mutlak mengenai tingkat keamanan produk yang dihasilkannya melalui kegiatan: 1). Memilih dan mendesain kemasan yang layak sesuai ketentuan dan peraturan yang dapat membantu keamanan isi produk (Dewi et al., 2022). 2). Proses labelisasi pada kemasan yang berisi segala bentuk informasi berguna bagi konsumen sebelum memilih, membeli dan mengonsumsi produk yang dilihatnya, 3). Memenuhi kelayakan edar produk melalui program sertifikasi SP-IRT (Sertifikasi Produk Industri Rumah Tangga) dan program sertifikasi halal, yang dapat menjamin bahwa produk memiliki kelayakan edar dalam pasar, 4). Jenis bahan kemasan yang digunakan adalah H.D.P.E (High Density Polyethylene) dan P.E.T (Polyethylene Terephthalate) jenis bahan baku kemasan yang dapat di daur ulang karena bersifat sekali pakai (Karuniastuti, 2013). Dengan kemajuan teknologi di masa sekarang sangat memungkinkan upaya dalam perbaikan pengelolaan bahan kemasan agar dapat dihasilkan produk yang aman bagi konsumen terbebas dari berbagai zat kandungan berbahaya bagi kesehatan (Pudjiastuti et al., 2010)(Gumulya D., 2023).

Perlindungan Konsumen

Bagian paling penting dalam menciptakan perlindungan konsumen adalah menciptakan, memilih, memakai, atau mendesain kemasan sebagai pelindung isi produk, pernyataan ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh (Gordon & Williams, 2020). Perlindungan konsumen bukan masalah bahan kemasan saja namun harus mengandung nilai estetika yaitu desain kemasan yang sesuai dan menarik agar konsumen senang dan menyukai. Sedangkan hasil penelitian dari (Ilbery & Kneafsey, 2005) melengkapi bahwa perlindungan konsumen bukan hanya semata-mata bahan dan bentuk kemasan saja namun juga cara memproduksi atau proses produksi produk harus diperhatikan unsur higiene, kebersihan dan bebas bahan berbahaya melalui teknologi yang sesuai atau teknologi yang mencukupi untuk tercapainya proses itu dengan tujuan terciptanya produk berkualitas tinggi bagi konsumen. Hasil penelitian yang lainnya juga menambahkan (Permadi, 2022) bahwa perlindungan kepada konsumen harus memperhatikan labelisasi produk dan sertifikasi layak edar. Labelisasi berisi segala ragam informasi yang melekat pada kemasan dan itu sangat penting dalam menjaga kesehatan konsumen, kemudian sertifikasi merupakan sebuah keharusan seperti sertifikasi halal. Produk yang telah memiliki label yang sesuai dan berisi informasi lengkap serta telah disertifikasi halal tentunya produk telah layak edar dan memberikan rasa aman bagi konsumen ketika proses konsumsi berlangsung (Latif et al., 2014). Bicara masalah perlindungan konsumen tidak lepas dari proses labelisasi dan sertifikasi halal, dengan demikian produk yang dipasarkan dan dijual kepada umum atau konsumen manapun telah menjalani verifikasi yang ketat serta layak diperdagangkan atau diperjual belikan. Produsen yang telah melakukan ketentuan di atas dianggap memiliki kepatuhan hukum dan memiliki tanggungjawab sosial yang baik, sebaliknya produsen yang tidak mematuhi ketentuan di atas, dianggap melakukan tindakan melawan hukum. (Clark et al., 2012) telah terjadi epidemi obesitas terhadap konsumen di Meksiko atas konsumsi produk pangan tertentu, seperti jagung, kedelai dalam bentuk susu, gula dan pemanis ditambah dengan produk daging dan makanan ringan. Komoditas pangan ini telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Dalam jangka panjang telah menimbulkan epidemi obesitas bagi konsumennya. Dengan kejadian ini dapat digambarkan bahwa walaupun produk pangan telah memenuhi kelayakan edar dan sehat namun belum tentu benar-benar sehat jika dikonsumsi. Perlindungan konsumen harusnya kadar kandungan gizi atau nutrisi harus berimbang sehingga tidak muncul dampak negatif ketika proses konsumsi dilakukan secara berkelanjutan.

Kemampuan Ekspor Ke Pasar Internasional

Menurut (Roobab et al., 2022) dari hasil penelitiannya mengenai kemampuan dan kekuatan pemasaran ke luar negeri yang dilakukan banyak perusahaan mengakibatkan terjadinya efek perluasan pemasaran bagi produk mereka, distribusi, penjualan sebuah produk yang dihasilkan pelaku usaha mikro dalam upaya pelaku usaha meningkatkan, bersaing dan menguatkan pasar serta mempertahankan eksistensi kegiatan usaha dalam jangka panjang. Kemampuan masuk pasar ekspor akan membuat produk lebih dikenal secara luas oleh konsumen internasional dan kondisi ini memberikan kontribusi bagi pelaku usahanya untuk berkembang, tumbuh dan menunjang kegiatan ekspansi serta mampu meningkatkan inovasi. Banyak usaha mikro yang gagal menembus pasar ekspor karena faktor tertentu, sehingga membuat usaha tersebut gagal bersaing karena hanya mengandalkan pasar lokal diantara banyak pelaku usaha yang bergerak disana. Banyak manfaat dan keuntungan jika produk usaha mikro dapat masuk ke pasar internasional diantaranya 1). Meningkatkan kerja sama, 2). Menopang proses pengembangan dan inovasi jangka panjang, 3). Meningkatkan eksistensi usaha, dan 4). Mengurangi tingkat kejenuhan pasar lokal. Untuk menciptakan ke empat aspek tersebut dengan baik maka diperlukan landasan yakni tumbuhnya rasa percaya konsumen, mitra usaha yang ada di pasar internasional atas komitmen pelaku usaha mikro pelaku ekspor (Azmat & Ha, 2013). Kepercayaan yang dibangun mampu mempertahankan kerjasama dalam jangka panjang. Persyaratan mutlak produk untuk dapat masuk pasar internasional dipenuhinya beberapa unsur yakni pengetahuan khusus mengenai pasar dan konsumen yang dituju, pentingnya perlindungan melalui sertifikasi sebagai unsur kelayakan edar produk, perlindungan hak kekayaan intelektual untuk menunjang daya saing produk, serta kombinasi berbagai jenis pengetahuan mengenai metode pemasaran yang efektif seperti yang diungkap oleh (Magni et al., 2022)(Guo et al., 2019)(Saputro et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian bertempat di kecamatan Buduran sebuah kecamatan di Kabupaten Sidoarjo. Jumlah kelurahan keseluruhan ada 6, karena pelaku usaha mikro hanya terpusat di enam kelurahan yaitu Banjarsari, Damarsi, Entalsewu, Pagerwojo, Sidokerto, dan Siwalanpanji, maka enam kelurahan tersebut kami jadikan lokasi penelitian. Metode penelitian yang kami gunakan adalah metode kuantitatif menggunakan data primer melalui pendekatan perhitungan skala dan data kuantitatif diperoleh melalui kegiatan pengumpulan data dilapangan terhadap 52 pelaku usaha

mikro di enam kelurahan sebagai objek sumber data. Selain data kualitatif juga memanfaatkan data sekunder dengan menggunakan data dari sumber terkait lain dalam upaya mengetahui tingkat kemampuan pelaku usaha mikro memasarkan produk ke pasar internasional atau pasar ekspor.

Variabel yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini ada tiga yaitu Legalitas usaha, Keamanan produk, dan Perlindungan konsumen, ketiga variabel ini memang menjadi persyaratan mutlak bagi pelaku usaha dalam upaya memasarkan produknya ke pasar ekspor atau pasar internasional (Ismail et al., 2017).

Enam kelurahan di atas telah menerapkan tiga variabel tersebut, melalui perbaikan dan melengkapi legalitas usaha, meningkatkan keamanan produk dimulai dari pengurusan perijinan, metode proses, pemilihan bahan, penggunaan kemasan, kelayakan produk, atau sertifikasi, kemudian diikuti dengan kegiatan perbaikan isi produk dengan melakukan proses produksi yang bebas bahan kimia dan pengawet, penggunaan kemasan ramah lingkungan atau daur ulang, mengikuti program sertifikasi halal. Semua program yang pernah diikuti pelaku usaha seperti rumah kurasi bagi produk, program Kurma, dan program Export Center Surabaya (ECS).

Metode analisa data sebagai dasar pengambilan keputusan menggunakan analisa regresi linier berganda yakni sebuah analisa yang bertujuan untuk mengetahui persamaan estimasi dari model regresi yang dibentuk. Melalui proses estimasi menggunakan persamaan regresi maka dapat diketahui peluang tingkat keberhasilan pelaku usaha mikro memasuki pasar internasional (Santoso S, 2019). Dengan pendekatan persamaan model regresi linier berganda yang didasarkan pada data kuantitatif, sebagai berikut

$$Y = B_0 + B_1.X_1 + B_2.X_2 + B_3.X_3 + E$$

Dimana untuk persamaan yang telah dibentuk di atas dapat dijelaskan definisi variabel independent dan variabel dependennya sebagai berikut:

Y = Kemampuan ekspor.

B₀ = nilai konstanta yakni sebuah besaran yang nilainya tetap dan tidak dipengaruhi oleh nilai variabel independentnya. B₀ merupakan parameter bagi konstanta dalam persamaan model.

B₁ = Legalitas usaha, yakni sebuah kemampuan pelaku usaha mikro untuk membenahi dan melengkapi semua persyaratan legalitas usahanya sesuai ketentuan yang berlaku di dalam negeri maupun sesuai yang di persyaratkan oleh negara tujuan. B₁ merupakan parameter bagi variabel X₁.

- B2 = Keamanan produk, yakni sebuah proses yang dilakukan pemilik usaha untuk memberikan jaminan bahwa produk yang dihasilkan aman dalam proses penyimpanan, pengiriman, dan konsumsi oleh konsumen yang ada di luar negeri atau pasar ekspor. B2 merupakan parameter bagi variabel X2.
- B3 = Perlindungan konsumen, merupakan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam upaya menjamin bahwa produk yang mereka pasarkan dan mereka jual mampu melindungi konsumen dengan baik melalui berbagai peraturan dan ketentuan yang telah ditaati. B3 merupakan parameter dari variabel X3.
- E = merupakan variabel pengganggu, yakni nilai atau besaran yang parameter dan variabelnya tidak dibahas dalam model regresi yang telah dibentuk, namun kekuatan dan besarnya berada di luar model regresi.

Untuk membuktikan ada tidak pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent, digunakan bentuk pengujian hipotesa yang didesain sebagai berikut:

- H1 = variabel legalitas usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kemampuan ekspor, dan parameter B1 berperan dalam model regresi jika tingkat kesalahan lebih kecil dari 5%.
- H2 = variabel keamanan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kemampuan ekspor, dan parameter B2 berperan dalam model regresi jika tingkat kesalahan lebih kecil dari 5%.
- H3 = variabel perlindungan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kemampuan ekspor, dan parameter B3 berperan dalam model regresi jika tingkat kesalahan lebih kecil dari 5%.

Dalam model analisa regresi linier berganda, setiap variabel independent dianggap layak dan memiliki distribusi normal apabila masing-masing variabel independent satu sama lain tidak memiliki korelasi secara parsial, atau korelasi parsial memiliki signifikansi atau tingkat kesalahan dibawah 5%. Jika kondisi tersebut terpenuhi maka analisa regresi linier berganda layak dilakukan (Rakhman, 2022).

Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden dalam proses pengumpulan data adalah: Skala 1 = Sangat tidak penting, Skala 2 = Tidak penting, Skala 3 = Cukup penting, Skala 4 = Penting, dan Skala 5 = Sangat penting.

Untuk keperluan uji validitas digunakan metode korelasi Pearson, tujuan uji validitas adalah untuk mengukur akurasi instrumennya, melalui metode Pearson, instrumen yang digunakan dikatakan valid jika butir atau item bertanda positif atau tingkat signifikansinya di bawah 5%. Untuk uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana melalui uji reliabilitas ini, berlaku ketentuan sebagai berikut (Akhmad, 2019):

0,80 < r.hitung ≤ 1,00: reliabilitas sangat tinggi

0,60 < r.hitung ≤ 0,80: reliabilitas tinggi

0,40 < r.hitung ≤ 0,60: reliabilitas sedang

0,20 < r.hitung ≤ 0,40: reliabilitas rendah

Jika kedua hasil uji tersebut di atas yakni uji validitas dan uji reliabilitas dapat memenuhi ketentuan tersebut maka dapat dianggap bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian dapat mengumpulkan tanggapan, pendapat, atau persepsi responden dengan baik dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Singkat Pelaku Usaha Mikro

Pelaku usaha mikro di enam kelurahan yaitu Banjarsari, Damarsi, Entalsewu, Pagerwojo, Sidokerto, dan Siwalanpanji yang dijadikan subjek penelitian dapat ditampilkan profilnya seperti tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Berbagai jenis produk yang dihasilkan di enam kelurahan di Kabupaten Sidoarjo.

Kelurahan	Jumlah Pelaku Usaha	Jenis Produk Unggulan	Persentase	Negara Tujuan
Banjarsari	8	Produk Kesehatan, dan Herbal Kecantikan	15,38%	Malaysia
Damarsi	12	Ekstrak Buah Kemasan	23,07%	Australia
Entalsewu	6	Minuman Kemasan Dalam	11,53%	Thailand
Pagerwojo	10	Jamu Tradisional Kemasan	19,23%	Arab Saudi
Sidokerto	7	Minuman, & Aneka Bumbu Penyedap	13,46%	India
Siwalanpanji	9	Minuman Rempah Kemasan	17,30%	Arab Saudi
Jumlah	52			

Sumber: Hasil Pengumpulan Data, Desember 2025.

Secara keseluruhan ada 52 pelaku usaha mikro dengan berbagai jenis produk seperti berbagai jenis makanan dan minuman kemasan termasuk juga produk herbal. Bila dilihat dari kapasitas ekspornya masih belum optimal karena negara tujuan yang menerima produk tersebut masih terbatas. Sebagian besar produk yang diekspor telah memiliki sertifikasi halal dan sertifikasi kesehatan, sebagai jaminan bahwa produk tersebut memiliki indikasi layak konsumsi atau layak diperdagangkan. Oleh karena itu penting bagi produk yang orientasinya pasar ekspor untuk melengkapi dan memiliki legalitas usahanya, memberikan jaminan bahwa produk tersebut layak konsumsi dan aman bagi konsumen, serta memiliki tingkat perlindungan yang baik bagi konsumen di negara tujuan ekspor dari 52 pelaku usaha mikro, baru 38 pelaku usaha atau 73,07% yang berhasil secara perdana masuk pasar ekspor dengan negara tujuan Malaysia, Thailand dan Arab Saudi dan sisanya 26,93% masih berada pada proses pendampingan melalui rumah kurasi dan fokus pada perbaikan legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen. Bagi produk pelaku usaha yang sukses masuk pasar ekspor, mereka mengakui bahwa legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen memang nyata mampu memberikan dorongan dan kekuatan untuk dapat membuka jalan menuju ruang ekspor bagi produk mereka sehingga mereka berusaha keras untuk meningkatkan kualitas manajemen tata kelola usahanya. Pelaku usaha mikro yang produknya berhasil masuk negara tujuan, mereka tidak merasa sukses dan puas namun masih terus memperbaiki dan mengembangkan produknya untuk meningkatkan aspek keamanan produk dan perlindungan konsumen melalui berbagai inovasi yang mampu mereka lakukan sehingga produk mereka nilai tambahnya semakin membaik dan dapat meningkatkan daya saing produknya.

Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Data

Sebelum analisa regresi linier berganda dilakukan, ada satu persyaratan yang harus dipenuhi ketika menyajikan sebuah data yakni data tersebut harus memenuhi asas validitas dan memiliki nilai reliabel yang tinggi melalui sebuah pengujian (Akhmad, 2019). Tujuan uji validitas dengan menggunakan metode korelasi Pearson adalah untuk melihat dan mengukur akurasi instrumen beserta butir-butir dari variabel yang digunakan dalam persamaan model regresi. Semakin tinggi korelasinya berarti semakin baik, dan semakin kecil tingkat kesalahannya atau signifikansinya berarti butir-butir yang digunakan dalam instrumen mampu mewakili variabelnya dalam proses mengukur pendapat, sikap, dan persepsi subjek penelitian yang dijadikan responden. Untuk pengujian tingkat reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi jawaban responden dalam mempersepsikan pertanyaan dalam kuesioner melalui pilihan skala

jawaban yang telah disediakan. Model pengujian reliabilitas menggunakan pendekatan metode Cronbach Alpha. Hasil uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil uji validitas dan reliabilitas data.

Butir Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Sig.	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Legalitas Usaha, butir 1.1	0.721	0.012	0.737
Legalitas Usaha, butir 1.2	0.633	0.015	0.757
Legalitas Usaha, butir 1.3	0.474	0.021	0.707
Legalitas Usaha, butir 1.4	0.603	0.019	0.798
Legalitas Usaha, butir 1.5	0.553	0.024	0.723
Legalitas Usaha, butir 1.6	0.488	0.038	0.799
Keamanan Produk, butir 2.1	0.601	0.018	0.710
Keamanan Produk, butir 2.2	0.562	0.025	0.762
Keamanan Produk, butir 2.3	0.660	0.014	0.775
Keamanan Produk, butir 2.4	0.494	0.046	0.717
Keamanan Produk, butir 2.5	0.577	0.026	0.745
Perlindungan Konsumen, butir 3.1	0.681	0.012	0.765
Perlindungan Konsumen, butir 3.2	0.609	0.017	0.711
Perlindungan Konsumen, butir 3.3	0.617	0.014	0.795
Perlindungan Konsumen, butir 3.4	0.552	0.026	0.732
Perlindungan Konsumen, butir 3.5	0.490	0.033	0.786

Sumber: Hasil uji validitas dan reliabilitas.

Indikasi hasil uji validitas dapat dilihat pada kolom dua pada tabel 2 di atas, tampilan kolom dua pada tabel 2 di atas semua nilai koefisien korelasi bertanda positif dan tidak ada yang memiliki tanda negatif, kemudian pada kolom tiga yaitu kolom Sig. (signifikasi) semua tingkat kesalahan uji nilainya berada di bawah 5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan menggunakan kusioner dengan segenap butir-butirnya mampu mengungkap sesuatu yang harus diungkap. Makna selanjutnya adalah kegiatan penelitian ini, instrumen penelitian memiliki kemampuan dan akurasi yang baik dalam proses pengumpulan data. Butir-butir yang digunakan sebagai instrumen dalam angket atau kuesioner mampu secara konsisten mengukur, mengidentifikasi atau mengekspresikan persepsi responden dengan baik dan akurat dan dalam arti lain instrumen penelitiannya bersifat valid. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas maknanya di bagian kolom terakhir adalah nilai koefisien Cronbach Alpha semuanya di atas 0,7 artinya jawaban responden bersifat reliabel yakni jawaban responden antara butir satu dengan butir lainnya bersifat konsistensi yang sama (Simamora B, 2023).

Berikutnya dibahas mengenai korelasi parsial antar variabel yang digunakan dalam persamaan model regresi, sebagai berikut:

Tabel 3. Bentuk hasil uji korelasi parsial variabel penelitian

	N	Correlation	Sig.
Legalitas Usaha & Keamanan Produk	52	0,145	0,331
Legalitas Usaha & Perlindungan Konsumen	52	0,186	0,228
Keamanan Produk & Perlindungan Konsumen	52	0,072	0,311

Sumber: Hasil uji korelasi parsial Pearson.

Rakhman, (2022) melalui penelitiannya menjelaskan persyaratan analisa regresi linier berganda yang perlu dipahami dan diketahui adalah bahwa sesama variabel independent dalam model tidak boleh saling berkorelasi atau tidak boleh terjadi multi-kolinieritas, tidak terjadi heteroskedasticity, dan tidak boleh terjadi auto-korelasi. Salah satu indikasi yang paling mudah adalah nilai koefisien korelasi antar sesama variabel independent adalah rendah (kolom tiga) dan bersifat tidak signifikan (kolom empat). Penjelasan ini dapat dilihat pada tabel 3 di atas, hasil korelasi parsial sesama variabel independent di atas semua koefisiennya rendah dan memiliki tingkat signifikansi di atas 5% ini menunjukkan ketiga variabel independent yang ada dalam persamaan model regresi dianggap memenuhi kelayakan untuk analisa regresi linier berganda (Simamora B, 2023).

Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta uji korelasi parsial dengan hasil yang sesuai dengan yang dipersyaratkan dalam model regresi maka selanjutnya ditampilkan hasil analisa regresi linier berganda. Tujuan utama analisa regresi linier berganda adalah untuk menemukan persamaan estimasi, untuk mengetahui atau mengukur seberapa besar koefisien regresi dari masing-masing variabel independent melalui tampilan parameter yang terbentuk dalam persamaan estimasi. Secara ringkas hasil analisa regresi linier berganda dapat ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil analisa regresi linier berganda

Independent Variable	Regression Coefficient	Standard Error	t-ratio	Sig. t
Constant	-0,477	0,034	3,693	0,018
Legalitas Usaha (X_1)	1,243	0,074	3,270	0,032
Keamanan Produk (X_2)	2,351	0,057	2,962	0,012
Perlindungan Konsumen (X_3)	2,273	0,010	3,302	0,020
R	0,841			
R Square	0,748			

Adjusted R Square	0,711
F-ratio	19,437
Sig F. Change	0,001

Dependent variabel: Kemampuan Ekspor.

Bila disimak informasi hasil analisa dari tabel 4 di atas, masing-masing variabel independent memiliki tingkat signifikansi atau tingkat kesalahan di bawah 5%, yaitu variabel legalitas usaha nilai signifikansi sebesar 0.032, variabel keamanan produk nilai signifikansi sebesar 0.012, dan terakhir variabel perlindungan konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar 0.020 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu variabel kemampuan ekspor. lebih lanjut dapat dijelaskan bahwa sikap, pendapat, atau persepsi responden melalui butir-butir instrumen yang dijawabnya membenarkan bahwa variabel legalitas usaha, variabel keamanan produk, dan variabel perlindungan konsumen memiliki peran, pengaruh dan linieritas terhadap variabel kemampuan ekspor. Sehingga dari kesimpulan tersebut dapat dibenarkan bahwa pelaku usaha mikro di enam kelurahan kabupaten Sidoarjo yang menjadi responden penelitian, membenarkan bahwa variabel legalitas usaha, variabel keamanan produk, dan variabel perlindungan konsumen memiliki pengaruh nyata dan berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan ekspor mereka ke pasar internasional. Berarti agar pelaku usaha mikro di enam kelurahan di kabupaten Sidoarjo tersebut mampu masuk pasar ekspor bagi produk-produk mereka maka mereka harus mampu meningkatkan kekuatan atau kemampuannya dalam memperbaiki legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen bagi produk ekspor mereka sehingga berpeluang diterima di pasar internasional.

Untuk hasil analisa yang lainnya dapat dijelaskan sebagai berikut yakni nilai R sebesar 0.841 artinya hubungan ketiga variabel independent terhadap variabel dependent kekuatannya atau keeratannya sebesar 0.841 berarti memiliki hubungan yang kuat dan bernilai positif. Adjusted R Square atau disebut koefisien determinasi sebesar 0.711 artinya keberhasilan pelaku usaha mikro dalam memasarkan produknya di pasar internasional 71.1% disebabkan adanya variabel legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen yang melekat pada kegiatan dan produk mereka, dan sisanya 28,9% disebabkan variabel lain yang kekuatannya tidak dibahas di dalam model regresi. Variabel lain yang tidak dibahas dalam model regresi tersebut secara probabilitas antara lain kemampuan inovasi, kemampuan segmentasi konsumennya, kemampuan memilih bahan untuk produknya, kemampuan pengelolaan keuangan dan

sebagainya. Nilai Sig. F Change atau uji simultan sebesar 0.001 dan nilainya di bawah 5% artinya secara simultan, secara bersama-sama atau secara terintegrasi ketiga variabel independent memiliki pengaruh signifikan atau nyata terhadap upaya menciptakan kemampuan ekspor bagi pelaku usaha mikro melalui produk-produknya. Persamaan estimasi regresi dari hasil analisa regresi beserta interpretasinya dapat dibentuk sebagai berikut:

$$\text{Kemampuan Ekspor} = -0.477 + 1.243 \text{ LU} + 2.351 \text{ KP} + 2.273 \text{ PK}$$

$$\text{Sig.} = (0.018) \quad (0.032) \quad (0.012) \quad (0.020)$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: apabila nilai legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen adalah nol maka kemampuan ekspor akan menurun, karena konstanta bertanda negatif. Apabila legalitas usaha nilai naik 1 satuan unit sedangkan variabel lain koefisiennya tetap maka kemampuan ekspor meningkat. Jika nilai koefisien keamanan produk naik 1 satuan unit sedangkan koefisien variabel lain tetap maka kemampuan ekspor meningkat. Kemudian jika nilai koefisien perlindungan konsumen naik 1 satuan unit dan koefisien variabel lain tetap maka kemampuan ekspor meningkat. Berarti ketiga variabel independent memiliki kontribusi positif dan nyata terhadap variabel kemampuan ekspor. Diantara ketiga parameter yang ada pada persamaan estimasi, parameter keamanan produk yang memiliki peran paling nyata atau paling besar dibandingkan dua parameter yang lainnya.

Melalui uji parsial atau uji (t) yang dilihat dari nilai signifikansinya maka terbukti secara parsial bahwa variabel legalitas usaha, variabel keamanan produk, dan variabel perlindungan konsumen memiliki pengaruh nyata terhadap kemampuan ekspor pelaku usaha mikro. Berarti ketiga variabel independent tersebut memiliki peran penting bagi pelaku usaha mikro di enam kelurahan di kabupaten Sidoarjo yakni kelurahan Banjarsari, Damarsi, Entalsewu, Pagerwojo, Sidokerto, dan Siwalanpanji. Sedangkan berdasarkan uji simultan atau uji F, ketiga variabel secara bersama-sama memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 5%, artinya secara terintegrasi ketiga variabel independent memiliki pengaruh nyata terhadap variabel kemampuan ekspor.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan hasil analisa di atas maka beberapa hal penting yang terkait dengan pembahasan permasalahan yang ada di enam kelurahan di kabupaten Sidoarjo maka hal-hal yang perlu dilaksanakan dan dipertegas untuk meningkatkan

kemampuan pelaku usaha memasarkan dan menjual produk di pasar internasional fokusnya tetap melalui legalitas usaha dalam bentuk perbaikan, melengkapi, memperbaiki, meningkatkan legalitas usaha karena hal ini menjadi persyaratan mutlak bagi pelaku usahanya ketika mereka hendak memasarkan produk di pasar internasional. Untuk dapat memperbaiki dan melengkapi legalitas usaha beberapa aspek yang menjadi perhatian adalah melengkapi akta pendirian usaha, yang ditunjang dengan SK Menteri Hukum dan HAM, lalu legalitas usaha lainnya melengkapi Nomor Pokok Wajib Pajak, kemudian melengkapi Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), dan yang termasuk penting adalah Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), kemudian terakhir kepemilikan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Semua aspek tersebut adalah wajib. Ketersediaan jaringan usaha, dalam proses pengiriman dan distribusi juga menjadi fokus perhatian yang penting karena mampu menghindarkan tindakan ilegal ketika produk dikirim ke negara tujuan. Mengingat saat ini serba jaman digital maka proses peningkatan layanan pelanggan di luar negeri, harus bersifat praktis dan efisien, sebagai proses dari peningkatan kecepatan dalam komunikasi. Untuk meningkatkan efektifitas dan tingkat konsentrasi pasar atau segmentasi pelanggan, pelaku usaha banyak mendapatkan pendampingan yang diperlukan dari kegiatan rumah Kurasi, karena dari proses ini produk usaha mikro terbantu dalam mematuhi segala bentuk aturan dan persyaratan penting sesuai yang diminta negara tujuan. Produk yang diperkenalkan, dipromosikan dan ditawarkan oleh pelaku usaha mikro harus jelas ditandai dengan identitas atau merek produk sebagai wujud tanggungjawab sosial.

Saran

Aspek lain yang dipandang penting untuk menunjang keamanan produk bagi pelaku usaha mikro adalah keterangan dari produk terhadap bahan baku yang digunakan, asalnya dari mana, diperoleh dengan cara apa dan seterusnya atau bahan baku yang dikombinasi dengan bahan lain. Produk telah memiliki kemasan atau wadah yang baik, higienis dan dapat didaur ulang sedemikian rupa serta mampu melindungi isi terhadap kemungkinan terjadinya kontaminasi dengan zat berbahaya, juga perlu diinformasikan kepada calon pembeli asing mengenai seberapa baik tingkat keamanan pangan berikut sanitasinya, kemudian proses pemilihan dan penyimpanan bahan makanan. Pelaku usaha mikro juga harus belajar mengenai proses satuan ukur tentang standar keamanan pangan. Produk pangan yang telah jadi harus memiliki keterangan mengenai metode pengujian keamanan pangan dan higienisasi proses pengolahannya, dan yang terakhir proses distribusi produk pangan yang aman.

Penyimpangan terhadap hal ini akan memunculkan kegagalan produk di pasar internasional karena adanya penolakan oleh agen atau distributor yang ada di luar negeri dan produk dianggap tidak memenuhi syarat minimal konsumsi.

Dalam melaksanakan proses perlindungan konsumen terutama negara tertentu yang menerapkan syarat ketat terhadap masuknya produk asing masuk ke negara tersebut harus dipenuhi melalui proses sertifikasi. Di Indonesia telah diberlakukan secara nasional yang namanya sertifikasi produk industri rumah tangga atau P-IRT, kemudian sertifikasi halal, dan sertifikasi kesehatan atas produk makanan dan minuman yang memiliki potensi untuk pasar ekspor. Untuk berbagai produk herbal bidang kesehatan dan kecantikan diperlukan uji laboratorium sebagai bukti bahwa produk yang ditawarkan telah bebas merkuri dan zat berbahaya lain termasuk zat mikia tertentu. Untuk menjamin legalitas dibidang perlindungan konsumen maka diperlukan sertifikasi BPOM (Badan Pengawas Obat & Makanan). Selain itu penting juga untuk dipahami dan dikuasai oleh pelaku usaha mikro mengenai penguasaan tentang perlindungan konsumen, mulai dari pendidikan usia dini, pembinaan pelaku usaha untuk pemenuhan standar dan pengendalian mutu, pengawasan barang beredar, pengukuran dan takaran secara tepat, hingga memastikan tertib niaga di semua pasar dan gerai transaksi perdagangan yang makin lama semakin bersifat digital. Ketiga aspek atau variabel yakni legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen menuntut pelaku usaha untuk mampu menguasai ketrampilan digital mereka dengan baik karena ketiga variabel tersebut ketika diterapkan secara nyata semuanya berisikan proses digital.

Ketiga variabel penelitian, yakni legalitas usaha, keamanan produk, dan perlindungan konsumen merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan di enam kelurahan di kabupaten Sidoarjo dalam upaya memperbaiki dan menyempurnakan nilai tambah produk usaha mikro agar dapat dengan mudah masuk ke dalam pasar ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad. (2019). *Uji Validitas dan Reliabilitas Angket*. <https://Www.Marisscience.Com/2019/05/Uji-Validitas-Dan-Reliabilitas-Angket.Html>. <https://www.marisscience.com/2019/05/uji-validitas-dan-reliabilitas-angket.html>, diakses tanggal 20 Desember 2023
- Alissa, E., Bafadhal, F., & Amir, D. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang Tidak Bersertifikasi Halal di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas*

Batanghari Jambi, 23(3), 2980–2986.

- Amengual, M., & Bartley, T. (2022). Global markets, corporate assurances, and the legitimacy of state intervention: perceptions of distant labor and environmental problems. *American Sociological Review*, 87(3), 383–414.
- Azmat, F., & Ha, H. (2013). Corporate social responsibility, customer trust, and loyalty—perspectives from a developing country. *Thunderbird International Business Review*, 55(3), 253–270.
- Clark, S. E., Hawkes, C., Murphy, S. M., Hansen-Kuhn, K. A., & Wallinga, D. (2012). Exporting obesity: US farm and trade policy and the transformation of the Mexican consumer food environment. *International Journal of Occupational and Environmental Health*, 18(1), 53–64.
- Dewi, S. U., Cambodia, M., & Novilyansa, E. (2022). Sosialisasi Pentingnya Sanitasi Dan Keamanan Pangan Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Desa Mataram Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 3(1), 6–12.
- Ernanda, D. (2023, March 31). *Pentingnya legalitas usaha bagi UMKM*. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/pentingnya-legalitas-usaha-bagi-pelaku-umkm>, diakses tanggal 10 Januari 2024
- Faridah, S. (2021, July 1). *Apa Saja Dokumen Legalitas yang Harus Dimiliki Perusahaan?* HeyLaw Edu. <https://heylaw.id/blog/apa-saja-dokumen-legalitas-yang-harus-dimiliki-perusahaan>. Diakses tanggal 13 Januari 2024
- Fiqhiyyah, N., Wahyudi, L. K., Erlinda, N., & Sholikin, W. (2023). Analysis of the Legality and Role of Licensing Agencies in Macro and Small Business Management in Indonesia. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(2), 121–139.
- Gordon, A., & Williams, R. (2020). The role and importance of packaging and labeling in assuring food safety, quality and regulatory compliance of export products II: Packaging & labeling considerations. In Food safety and quality systems in developing countries. *Academic Press: In Food Safety and Quality Systems in Developing Countries*, 285–341.
- Gumulya D. (2023). Rancangan Produk Daur Ulang Melalui Metode Circular Design. *Jurnal Patra*, 5(1), 7–15.
- Guo, Z., Bai, L., & Gong, S. (2019). Government regulations and voluntary certifications in food safety in China: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 90, 160–165.
- Hakim, A. R. (2020). Perlindungan konsumen terhadap peredaran produk makanan dan minuman tanpa label. *Yustitiabelen*, 6(2), 98–110.
- Henley, A., & Song, M. (2020). Innovation, internationalisation and the performance of microbusinesses. *International Small Business Journal*, 38(4), 337–364.
- Ilbery, B., & Kneafsey, M. (2005). Registering regional speciality food and drink products in the United Kingdom: the case of PDOs and PGI. *Jurnal Area*, 32(3), 317–325.

- Ismail, D., Alam, S., & Hamid, R. B. A. (2017). Trust, commitment, and competitive advantage in export performance of SMEs. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 19(1), 1–18.
- Istyarini, W., Artaya, I., Purworusmiardi, T., Sukoco, A., Kamisutara, M., & Bon, A. T. (2020). Marketplace Effectiveness in Increasing Sales Concentration of Small Business Products During the Covid19 Pandemic. *Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Harare, Zimbabwe, December 7-10, 2020*, 2899–2908. <https://www.ieomsociety.org/harare2020/papers/666.pdf>
- Karuniastuti, N. (2013, December 31). Bahaya Plastik Terhadap Kesehatan Dan Lingkungan. *Swara Patra - Majalah Ilmiah PPSDM Migas*, 6–14.
- Kaukab, M. E., Adawiyah, W. R., Setyanto, R. P., & Suroso, A. (2020). Accelerating Small Firms' Production Process Improvement Through International Market Knowledge And Valuable, Rare, Inimitable, And Organized, Recources And Capabilities. *Journal: Verslas: Teorija Ir Praktika*, 21(1), 322–328.
- Kazungu, I. (2023). Business Development Services and Participation of Rural-Based Micro Enterprises in Export Markets: Exploring the Heterogeneity of the Tanzanian Handicrafts Industry. *SAGE Open*, 13(4).
- Kementerian Perdagangan RI. (2023). *Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor Dan Jasa Perdagangan*. Kementerian Perdagangan RI. <http://ppejp.kemendag.go.id/site/home>, diakses tanggal 02 Januari 2024
- Latif, I. A., Mohamed, Z., Sharifuddin, J., Abdullah, A. M., & Ismail, M. M. (2014). A comparative analysis of global halal certification requirements. *Journal of Food Products Marketing*, 20(1), 85–101.
- Magni, D., Chierici, R., Fait, M., & Lefebvre, K. (2022). A network model approach to enhance knowledge sharing for internationalization readiness of SMEs. *International Marketing Review*, 39(3), 626–652.
- Muhlas, E. R. D., Prihatiningtyas, S., & Fahimah, M. (2021). Marketing Strategy for Creative SMEs in Entering the Export Market. *INCOME: Innovation of Economics and Management*, 1(1), 16–21.
- Muthiah, A. (2016). Tanggung Jawab Pelaku Usaha kepada Kunsemen tentang Keamanan Pangan dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Dialogia Luridica*, 7(2), 1–23.
- Noraga, G. B., Rabani, B., Sudirno, D., & Mulyani, H. S. (2023). Pentingnya legalitas usaha dan sosialisasi pembuatan NIB bagi pelaku UMKM Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 807–811.
- Nurasia, N., Hidayat, R., & Al Anshori, F. (2021). Pendampingan Pengolahan Pangan Dan Pengemasan Produk Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Bidang Pangan Di Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(4), 49–54.
- Pathiassana, M., & Izharido, B. (2021). Penilaian Skor Keamanan Pangan

- Pada UMKM Rumah Makan ABC Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Pengolahan Pangan*, 6(2), 61–70.
- Permadi, I. (2022). The Role of the State in Ensuring Legal Certainty on the Continuity of Halal Products in Indonesia. *MICoLLS-Legal Studies and Social Science*, 1–14.
- Pottag, A. T. (2022). Sustainability Business in Family Companies Through Good Corporate Governance Practices Related to Aspects of Business Legality in The Digital Era. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(2), 47–54.
- Pudjiastuti, W., Sudirman, Haryono, A., & Deswita. (2010). Aplikasi Teknologi Kemasan Yang Ramah Lingkungan Dan Prospeknya. *Jurnal Kimia Dan Kemasan*, 32(1).
- Purwaningsih, E., Muslikh, M., & Suhaeri, S. (2022). Innovation and supply chain orientation concerns toward job creation law in micro, small, and medium enterprises export-oriented products. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(1), 69–82.
- Rahman Z. (2016). The Difficulties Faced by Micro and Small Enterprises in the Formal Market Access: the Case in Small and Micro Enterprises in the Cities of Makassar and Kabupaten Gowa South Sulawesi. *Journal of Humanity*, 4(1), 92–103.
- Rakhman. (2022, January 27). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. <https://Rakhman.Net/Ilmu-Pengetahuan/Uji-Validitas-Dan-Reliabilitas/>. <https://rakhman.net/ilmu-pengetahuan/uji-validitas-dan-reliabilitas/>, diakses tanggal 14 Desember 2023
- Roobab, U., Fidalgo, L. G., Arshad, R. N., Khan, A. W., Zeng, X. A., Bhat, Z. F., & Aadil, R. M. (2022). High-pressure processing of fish and shellfish products: Safety, quality, and research prospects. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 21(4), 3297–3325.
- Rozaki, A. F. (2023, August 2). *Mengenal Manfaat Legalitas Usaha untuk Pengembangan UMKM*. *Radio Republik Indonesia Takengon*. Radio Republik Indonesia.
- Rua O, França, A., & Fernández, O. R. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 257–279.
- Santoso S. (2019). *Menguasai SPSS versi 25*. Elex Media Komputindo.
- Saputro, T. A., Islam, M. S., Larasati, S. R., Probosambodo, Y. A., & Musa, H. G. (2023). Enhancing domestic product competitiveness through electronic intellectual property in Indonesia: a comparison to China, Malaysia, and Thailand. *Wacana Hukum*, 29(2), 112–129.
- Setiawan M, Indiatuti R, & Destevanie P. (2015). Information technology and competitiveness: evidence from micro, small and medium enterprises in Cimahi District, Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(4), 475–493.

- Simamora B. (2023, May 29). *Regresi Linier Berganda*.
<https://www.bilsonsiamamora.com/Regresi-Linier-Berganda/>.
<https://www.bilsonsiamamora.com/regresi-linier-berganda/>, diakses tanggal 18 Desember 2023
- Soimah, N., & Imelda, D. Q. (2023). Urgensi Legalitas Usaha Bagi UMKM. *Jurnal Benuanta*, 2(1), 21–25.