

## **Optimalisasi Peran Trade Expo Indonesia 2023 dalam Digitalisasi Bisnis melalui Pemberdayaan Ekonomi Lokal**

\*Dini Dwi Saputri & Jojok Dwiridotjahjono

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

dinid5722@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi TEI 2023 terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, serta mengidentifikasi dampak digitalisasi terhadap sektor-sektor ekonomi utama, termasuk industri manufaktur, pariwisata, dan pertanian. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji bagaimana TEI 2023 dapat menjadi sarana pengabdian masyarakat melalui pemberdayaan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) lokal dengan memfasilitasi akses mereka ke teknologi digital dan pasar internasional. Metode penelitian yang digunakan melibatkan analisis data ekonomi makro, survei terkait produk unggulan, serta observasi terhadap implementasi digitalisasi bisnis selama acara. Subjek penelitian meliputi pelaku usaha yang terlibat langsung dalam TEI, baik sebagai peserta pameran maupun pembeli internasional. Analisis menunjukkan bahwa TEI 2023 berhasil meningkatkan volume perdagangan dan investasi melalui digitalisasi proses bisnis, dengan hasil signifikan pada peningkatan ekspor produk unggulan yang menggunakan platform digital untuk akses pasar global. Selain itu, dampak positif dirasakan oleh sektor-sektor ekonomi yang terlibat, terutama UMKM lokal, melalui peningkatan kapasitas pemasaran digital dan penetrasi pasar internasional. Inovasi produk serta penggunaan teknologi digital menjadi daya tarik utama dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Penelitian ini menekankan pentingnya digitalisasi dalam memperkuat peran TEI sebagai katalisator pengembangan ekonomi, sekaligus memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan internasional. Temuan ini memberikan panduan bagi perumusan kebijakan dan strategi pengembangan di masa mendatang untuk memaksimalkan manfaat dari digitalisasi bisnis, pengabdian masyarakat, dan partisipasi Indonesia dalam pameran perdagangan global.

Kata Kunci: Digitalisasi Bisnis; Ekonomi Nasional; Trade Expo Indonesia



**ABSTRACT**

This research aims to analyze the contribution of TEI 2023 to Indonesia's economic growth, as well as identifying the impact of digitalization on key economic sectors, including the manufacturing industry, tourism and agriculture. Apart from that, this research also aims to examine how TEI 2023 can be a means of community service through empowering local small and medium enterprises (MSMEs) by facilitating their access to digital technology and international markets. The research methods used involve analysis of macroeconomic data, surveys related to superior products, as well as observations of the implementation of business digitalization during the event. Research subjects include business actors who are directly involved in TEI, both as exhibitors and international buyers. Analysis shows that TEI 2023 succeeded in increasing trade and investment volumes through digitizing business processes, with significant results in increasing exports of superior products that use digital platforms for global market access. In addition, positive impacts are felt by the economic sectors involved, especially local MSMEs, through increasing digital marketing capacity and international market penetration. Product innovation and the use of digital technology are the main attractions in increasing the competitiveness of Indonesian products in the global market. This research emphasizes the importance of digitalization in strengthening TEI's role as a catalyst for economic development, as well as strengthening Indonesia's position in international trade. These findings provide guidance for the formulation of future policies and development strategies to maximize the benefits of business digitalization, community service, and Indonesia's participation in global trade exhibitions.

Keyword: Business

Digitalization; National Economy; Trade Expo Indonesia

## **PENDAHULUAN**

Trade Expo Indonesia pertama kali diadakan pada tahun 1985 dengan nama Indonesia Trade Fair (ITF), dengan tujuan mempromosikan produk Indonesia di pasar internasional dan memikat investor asing untuk berinvestasi di Indonesia. Saat itu, TEI hanya diikuti oleh sekitar 500 perusahaan dari Indonesia dan 10 negara lain yang ikut berpartisipasi. Seiring berjalannya waktu, ITF berkembang dan pada tahun 1995, nama acara ini diubah menjadi Trade Expo Indonesia. Sejak itu, TEI menjadi salah satu pameran perdagangan utama di Asia Tenggara. TEI diikuti oleh ribuan perusahaan dari berbagai sektor industri baik dari Indonesia maupun luar negeri. Pada tahun 2023, diselenggarakan TEI ke-38 yang dilaksanakan di Indonesia

Convention Exhibition (ICE) BSD Tangerang Banten, pada tanggal 19-23 Oktober 2023. TEI 2023 diikuti oleh lebih dari 3.000 perusahaan dari 40 negara. Trade Expo Indonesia (TEI) memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Melalui TEI para produsen Indonesia memiliki kesempatan besar untuk mempromosikan produk mereka di pasar internasional. Melalui TEI produsen dapat lebih dekat dengan pembeli dan pelanggan potensial dari seluruh dunia, sehingga dapat membantu meningkatkan volume ekspor barang dan jasa Indonesia, yang selanjutnya akan berkontribusi pada pendapatan devisa negara. TEI memungkinkan produsen Indonesia berinteraksi secara langsung dengan mitra bisnis internasional, yang dapat menghasilkan kesepakatan bisnis, kemitraan, dan kerja sama yang bermanfaat bagi perusahaan Indonesia, yang pada akhirnya dapat membantu pertumbuhan bisnis dan penciptaan lapangan kerja.

Trade Expo Indonesia (TEI) juga merupakan salah satu bentuk pengabdian pada masyarakat. Dimana Pengabdian Masyarakat sendiri merupakan suatu bentuk kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Dalam hal ini Trade Expo Indonesia (TEI) membantu memperkenalkan produk pada pasar internasional dalam bentuk pameran. Tujuan pengabdian ini untuk mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. Salah satu kunci penentu kesehatan ekonomi suatu bangsa adalah pertumbuhan ekonomi yang dapat menaikkan tingkat pendapatan per kapita sekaligus meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan penduduk.

Trade Expo Indonesia 2023 merupakan salah satu upaya pemerintah meredam penurunan kinerja ekspor nasional setelah tren kenaikan harga komoditas berakhir. Melalui pameran perdagangan internasional ini, pembeli dari negara lain didatangkan baik langsung maupun tidak langsung melalui platform daring, sebagai bentuk dari digitalisasi proses bisnis yang semakin berkembang. TEI 2023 juga menjadi ajang bagi pemerintah

memperkuat ekosistem perdagangan dan industri nasional dengan mengintegrasikan teknologi digital dalam seluruh proses, mulai dari pemasaran, transaksi, hingga manajemen logistik. Salah satu fokus utamanya adalah mendorong pengembangan pendidikan vokasi yang berbasis teknologi digital di kedua sektor tersebut untuk menciptakan sumber daya manusia yang siap menghadapi tuntutan industri modern. Dalam TEI 2023, pemerintah mendorong perkuatan ekosistem perdagangan dan industri melalui digitalisasi, yang memudahkan partisipasi dan kolaborasi secara virtual bagi pelaku usaha dari seluruh dunia. Untuk itu, Kemendag berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek); serta Kementerian Badan Usaha Milik Negara. Pendidikan vokasi, yang kini mengintegrasikan keterampilan digital, memiliki peran penting dalam sektor industri, yakni menciptakan tenaga terampil, inovatif, dan kreatif dalam pengembangan desain produk ekspor berbasis teknologi.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap manfaat ekonomi yang dihasilkan oleh TEI 2023, khususnya dalam konteks peningkatan ekspor dan promosi produk unggulan ekspor Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi peran digitalisasi proses bisnis yang diterapkan selama TEI 2023 dalam mendukung efisiensi perdagangan internasional dan memperluas jangkauan pasar bagi produk-produk unggulan Indonesia. Digitalisasi ini meliputi penggunaan platform digital dalam promosi, transaksi, serta interaksi dengan pembeli dan investor internasional. Lebih jauh lagi, penelitian ini menekankan aspek pengabdian masyarakat melalui pemberdayaan UMKM lokal dengan memfasilitasi adopsi teknologi digital yang membantu mereka bersaing di pasar global. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, strategi yang tepat, seperti digitalisasi dan pemberdayaan komunitas lokal, menjadi sangat penting untuk memperkuat posisi ekonomi nasional di panggung internasional.

Melalui analisis yang seksama, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak nyata dari partisipasi Indonesia dalam TEI 2023, baik dari segi pertumbuhan ekonomi maupun penguatan posisi produk unggulan di pasar global. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan tentang bagaimana penggunaan platform perdagangan internasional dapat dioptimalkan untuk mendukung pengembangan ekonomi nasional jangka panjang. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan konseptual dan praktis dalam konteks pengembangan ekonomi nasional melalui partisipasi aktif dalam platform perdagangan internasional seperti TEI.

## **METODE**

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu metode RRA (Rapid Rural Appraisal), digunakan untuk pengumpulan informasi secara akurat dalam waktu yang terbatas ketika keputusan tentang pembangunan perdesaan harus diambil segera. Dewasa ini banyak program pembangunan yang dilaksanakan sebelum adanya kegiatan pengumpulan semua informasi di daerah sasaran. Konsekuensinya, banyak program pembangunan yang gagal atau tidak dapat diterima oleh kelompok sasaran meskipun program-program tersebut sudah direncanakan dan dipersiapkan secara matang, karena masyarakat tidak diikutsertakan dalam penyusunan prioritas dan pemecahan masalahnya. Berdasarkan buku berjudul *Village Development From Behind* (Robert Chambers, 1988) metode ini dapat diartikan sebagai pengkajian pedesaan secara cepat atau dengan model partisipasi, mengartikan sebagai sekumpulan pendekatan yang mendorong masyarakat pedesaan untuk turut serta meningkatkan dan mengkaji pengetahuan mereka mengenai hidup dan keadaan mereka sendiri agar mereka dapat menyusun rencana dan tindakan pelaksanaannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode RRA (Rapid Rural Appraisal), yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara akurat dan cepat dalam konteks pengabdian masyarakat terkait Trade Expo Indonesia (TEI) 2023. Metode ini sangat relevan dalam situasi di mana keputusan tentang pemberdayaan ekonomi lokal harus diambil dengan segera. Dalam banyak kasus, program-program yang dilaksanakan di tingkat lokal sering kali tidak mempertimbangkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat, sehingga berpotensi gagal atau tidak diterima dengan baik. Melalui RRA, peneliti dapat melibatkan masyarakat dalam proses pengumpulan data, identifikasi masalah, dan penentuan prioritas yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. TEI 2023 dapat berfungsi sebagai platform untuk mengidentifikasi potensi produk unggulan lokal yang dapat dipromosikan secara internasional. Dengan melibatkan masyarakat dalam setiap langkah, mulai dari pemilihan produk yang dipamerkan hingga strategi pemasaran yang tepat, program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan dukungan masyarakat terhadap inisiatif ekonomi lokal. RRA memungkinkan analisis cepat terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat, sehingga hasil dari TEI dapat diselaraskan dengan tujuan pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

TEI 2023 diikuti oleh lebih dari 3.000 perusahaan dari 40 negara. Kementerian Perdagangan mencatat ada lebih dari 5.600 calon pembeli internasional yang bakal hadir dalam Trade Expo Indonesia (TEI) ke-38 tahun ini. Calon pembeli tersebut berasal dari 100 negara dan berpotensi akan bertambah. Calon pembeli yang teregistrasi paling banyak berasal dari India hingga 11,76% dari total pendaftar. Selanjutnya, disusul dari Malaysia sebanyak 7,3%; China 2,20%; Australia sebanyak 1,9%, dan Brasil sebanyak 1,56%. Pada TEI 2023, terlihat adanya peningkatan partisipasi calon pembeli dari negara-negara di kawasan Afrika, Asia Selatan, dan Amerika Latin. Para calon pembeli tersebut berasal dari negara-negara di antaranya Nigeria, Ghana, Bangladesh, Pakistan, Peru, dan Chili.

Trade Expo Indonesia menjadi pameran dagang terbesar di Indonesia dan diselenggarakan Kementerian Perdagangan untuk mempromosikan produk-produk ekspor Indonesia yang bernilai tambah. Selain itu, TEI juga dipandang mampu mendorong penetrasi ekspor ke negara nontradisional, dan meningkatkan ekspor nonmigas Indonesia. Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kemendag Didi Sumedi, menyatakan bahwa perluasan pasar ekspor ke negara-negara nontradisional merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan ekspor nonmigas di tengah tantangan perlambatan ekonomi global. Selain pameran fisik, TEI ke38 juga dilaksanakan secara daring dengan konsep situs web interaktif berbasis e-catalogue pada 18 Oktober—18 Desember 2023 yang bertujuan untuk meningkatkan transaksi antara calon pembeli dan peserta pameran yang terjadi melampaui batas wilayah.

Peluang ekonomi kreatif dari produk ini sangat besar, terutama karena didukung oleh pengetahuan dalam pengolahan tanaman serai menjadi produk spray anti nyamuk melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Inovasi dan kreativitas dalam pembuatan produk anti nyamuk juga membawa dampak sosial yang positif bagi pelaku ekonomi kreatif, UMKM, dan konsumen, terkait kualitas hidup dan kesehatan berkat perlindungan dari spray anti nyamuk. Selain itu, produk ini berpotensi memberikan dampak signifikan bagi perekonomian, termasuk peningkatan produk domestik bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja, terutama jika dijalankan secara maksimal dan berkelanjutan. Survey pasar yang konsisten terhadap permintaan produk spray anti nyamuk juga penting untuk dilakukan.



Gambar 1. Stand UMKM di Trade Expo Indonesia Trade Expo Indonesia 2023

Lebih dari sekadar melanjutkan pameran pada tahun sebelumnya, TEI 2023 menetapkan target pencapaian yang lebih besar. TEI tahun 2022 yang digelar secara hibrida berhasil mencatatkan total transaksi sebesar USD 15,83 miliar. Pada TEI tahun 2023 transaksi perdagangan antara peserta dan pembeli berhasil meningkat dengan total capaian USD 30,5 miliar. Adapun produk penyumbang transaksi terbesar dalam TEI 2023 adalah batubara dengan nilai transaksi mencapai USD 13,80 miliar. Produk lainnya yaitu produk kimia dan kimia organik (USD 3,73 miliar), produk manufaktur lainnya (USD 3,35 miliar), tenaga kerja formal (USD 2,7 miliar), dan produk elektronik (USD 652,62 juta). Negara penyumbang transaksi terbesar selama TEI 2023 adalah India dengan nilai transaksi mencapai USD 7,58 miliar. Negara lainnya yaitu Malaysia (USD 6,32 miliar), Tiongkok (USD 5,59 miliar), Arab Saudi (USD 2,86 miliar), dan Filipina (USD 926,97 juta). Menurut Kemendag, capaian transaksi dalam TEI 2023 kebanyakan dari nota kesepahaman (MoU) dengan para buyer asing sebesar USD24,37 miliar. Capaian lainnya berasal dari business matching USD20 juta Komoditas unggulan Indonesia yang paling banyak diminati dalam TEI 2023 adalah batubara, produk kimia dan kimia organik, aneka jenis produk olahan, dan elektronik, Menjadi catatan yang signifikan, Komite Bilateral & Multilateral GCC KADIN.

Indonesia secara berlanjut berkomitmen untuk meningkatkan ekspor nonmigas Indonesia ke negara- negara Teluk, termasuk Oman, Yaman, Uni Emirat Arab, Qatar, Arab Saudi, dan Kuwait. Selain menjalin kerja sama kolaboratif dengan kamar dagang dan industri di negaranegara tersebut, KADIN Indonesia juga melakukan komunikasi dan kerja sama melalui jaringan diplomatik sebagai pemangku kebijakan terkait ekspor-impor secara bilateral maupun multilateral. Strategi peningkatan ekspor nonmigas Indonesia diarahkan secara taktis karena Timur Tengah, terutama Arab Saudi, merupakan salah satu produsen migas terbesar di dunia yang juga memiliki kebutuhan signifikan terhadap berbagai produk

nonmigas berkualitas dari Indonesia. dan transaksi harian pameran sebesar USD6,11 miliar. Kementerian Perdagangan berhasil memfasilitasi pengusaha Indonesia dengan calon pembeli melalui kegiatan eksplorasi kesepakatan bisnis. Secara esensial, eksplorasi kesepakatan bisnis adalah pertemuan antara pengusaha dan pembeli untuk menjelajahi peluang kerja sama bisnis sesuai dengan kebutuhan kedua belah pihak. Hingga hari ke-4, telah tercapai penandatanganan 197 Memorandum of Understanding (MoU) yang melibatkan 32 negara.



Gambar 2. Pertemuan Kadin Oman dan Kadin Indonesia untuk menjajagi peluang ekspor ke kawasan Timur Tengah

Pertumbuhan ekonomi yang baik akan sangat berdampak pada masyarakat lokal. Dimana semakin berkembangnya. Pertumbuhan ekonomi akan dapat membawa dampak positif bagi masyarakat dalam bentuk peningkatan pendapatan, lapangan kerja, dan kesejahteraan masyarakat, serta berbagai hal positif lainnya. Penciptaan lapangan kerja untuk pengembangan ekonomi daerah dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tak hanya itu besarnya dampak yang di hasilkan dari TEI 2023 juga mampu meningkatkan pendapatan daerah, memberikan sumber daya tambahan untuk pengembangan infrastruktur dan layanan publik. Pertumbuhan ekonomi diharapkan dapat menurunkan pengangguran dan kemiskinan, karena akan menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan, dan memperluas kesempatan bagi masyarakat. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi suatu negara.

Manfaat ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal yaitu mampu meningkatkan peran masyarakat dalam membangun ekonomi melalui UMKM. Dengan modal kreativitas tanpa batas, para pelaku usaha mikro dapat terus berinovasi dalam memenuhi permintaan konsumen. Hal ini tentunya akan membuat roda perekonomian terus berputar dan menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Dampaknya, kesejahteraan masyarakat pun semakin meningkat. Tak hanya itu ekonomi kreatif juga memiliki manfaat seperti dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pendapatan dari ekonomi kreatif tidak hanya



meningkatkan keuangan, tetapi juga memperbaiki kualitas hidup secara menyeluruh, termasuk akses pendidikan dan layanan kesehatan yang lebih baik. Melalui TEI 2023 yang menjadi wadah bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan kesempatan dan banyak belajar untuk meningkatkan keterampilan dan produktivitasnya. Dimana masyarakat lokal dapat menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.

Seperti salah satu perusahaan dari Indonesia yang berpartisipasi dalam TEI 2023 adalah PT Sido Muncul. Sido Muncul merupakan sebuah pabrik jamu tradisional yang berawal dari industri rumahan yang didirikan oleh Rakhmat Sulistio di Yogyakarta pada tahun 1940. Sekarang Sido Muncul menjadi produsen jamu dan obat herbal modern dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia. Selain mencapai keberhasilan di pasar domestik, Sido Muncul juga berhasil memasarkan produknya ke berbagai negara, termasuk Malaysia, Singapura, Brunei, Australia, Korea Selatan, Nigeria, Aljazair, Hong Kong, Amerika Serikat, Arab Saudi, Mongolia, dan Rusia. Beberapa penghargaan yang berhasil diraih oleh Sido Muncul mencakup pengakuan dalam ASEAN Corporate Governance Scorecard tahun 2023, Indonesia's SDGs Action Awards 2022, dan Indonesia's Best Managed Companies 2022. Dalam partisipasinya di Trade Expo Indonesia 2023 Toto Sunanto, Data Analis Ekspor menyampaikan harapannya agar produk-produk Sido Muncul dapat diterima dengan baik di pasar internasional. "Dengan mengikuti TEI, kita dapat menjalin kerja sama bisnis, baik di dalam maupun di luar negeri. Saat ini, fokus kami adalah memperluas pasar ekspor. Kami berharap dapat menemukan pangsa pasar yang lebih luas, meskipun produk-produk kami telah banyak diekspor ke luar negeri," tutur Toto Sunanto (2023) di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City, Tangerang.

## **KESIMPULAN**

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui analisis data sekunder terkait Trade Expo Indonesia 2023 dan pengamatan partisipasi peserta dalam pameran, serta survei untuk mengidentifikasi manfaat partisipasi dan profil produk unggulan. Implementasi metode RRA (*Rapid Rural Appraisal*) berhasil mengoptimalkan keterlibatan masyarakat dalam proses pengabdian, yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan transaksi perdagangan dan promosi produk unggulan Indonesia di pasar internasional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa TEI 2023 mampu meningkatkan kesadaran dan aksesibilitas produk lokal, serta membuka peluang kerja sama yang berkelanjutan antara pelaku usaha. Namun, keterbatasan dari kegiatan ini terletak pada kurangnya interaksi langsung di lapangan akibat metode pengumpulan data yang sebagian besar bersifat sekunder, yang dapat mengurangi kedalaman pemahaman terhadap dinamika lokal. Oleh

karena itu, untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan agar lebih banyak melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat dan pelaku usaha, serta menerapkan strategi digitalisasi yang lebih canggih untuk meningkatkan pengumpulan data primer. Cakupan untuk pekerjaan di masa depan mencakup pengembangan program pelatihan bagi pelaku usaha lokal untuk memanfaatkan digitalisasi dalam mempromosikan produk mereka, serta memperkuat jaringan pemasaran yang berkelanjutan melalui platform digital.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adminlina. (2023). TEI 2023 Catat Transaksi Melambung. *Pelaku Bisnis Info Bisnis Tersaji Tuntas.com*.
- Buswari, M., Puspaningtyas, M., Pryanto, E., Sugiarto, M., D., Ulfa, N., & Larasati, V. (2024). Dampak Sosial dan Ekonomi dari Pengangguran, Kemiskinan, dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Sebuah Studi Empiris dengan Pendekatan Regresi. SINAR, 1(2) <https://sinar.indocakti.ac.id/index.php/sinar1/article/view/6>
- Farid, M., & Abbas, R.(2023). TEI 2023 Efektif Dorong Diversifikasi Produk dan Ekspansi Pasar Nontradisional. *Jurnal Trade Expo Indonesia*.
- Fari, K., N., Murod, M., & Usni, U. (2020). PERAN INDONESIA TRADE PROMOTION CENTRE DALAM MENINGKATKAN PERDAGANGAN INDONESIA DI LUAR NEGERI TAHUN (2017). *Independen Jurnal Politik Indonesia dan Global*. 1(1). 5463.
- Farza, T., C., N., Monica, D., & Irmawan, S.(2022) Pemanfaatan Teknologi : Strategi Promosi Potensi Desa Melalui Blog Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya*. 1(1).
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Sosialisasi Trade Expo Indonesia(TEI) 2023 ke-38 di Surabaya*. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/sosialisasi-trade-expo-indonesia-tei-2023-ke-38-di-surabaya>
- Krisnawati, M. (2023). Capaian Transaksi TEI 2023 Tembus 472 Triliun. *Radio Republik Indonesia*.
- Maulinawati Y., R., & Moenardy D., F.(2024) Analisis Perjanjian Kerjasama Perdagangan Indonesia-Malaysia Di Trade Expo Tahun 2022. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. 7(4) 10654-10664.

- Prasetya, H., dan Nurul Azizah. (2022). APAKAH PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI RISIKO DAN KEPERCAYAAN BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN?. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2113.
- Novianty, S, A., dan Azizah, N.(2024). Strategi KBRI Kuala Lumpur dalam Meningkatkan Total Perdagangan Bilateral Indonesia-Malaysia Tahun 2021-2022. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 122–134. DOI: 10.37329/ganaya.v7i1.3041.
- Putri, N., Gunawan, I., Wahyuni, I., & Suhairi, S. (2022). Analisis Faktor Faktor Pertumbuhan Ekonomi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(2).
- Qasim, U., N. 2017. Kerjasama Perdagangan dan Investasi antara Indonesia dan Hongaria saat Krisis Eropa Tahun 2008-2016. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rachmawati, Dwi. (2023). Calon Pembeli Trade Expo Indonesia 2023 Tembus 5.600 Orang, India Terbanyak.
- Rahmawati, Ita, Dkk. (2024). Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pelatihan Wirausaha Produk Olahan Makanan. *EKONOMI: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*. 5(1)