

## PELATIHAN LANGKAH-LANGKAH MEMULAI EKSPOR UNTUK UMKM DI KABUPATEN PEKALONGAN

Stacia Reviany Mege<sup>1</sup>, Anafil Windriya<sup>2</sup>, Maya Aresteria<sup>3</sup>  
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro  
staciareviany@live.undip.ac.id

### Abstract

Indonesia's trade deficit is one problem that government plan to overcome by several strategies including increasing exports. The contribution of Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) also known as UMKM to total export in 2019 was approximately 14%. Despite their large contribution to overall GDP, UMKM are expected to participate more active in international trade by exporting their products. However, their perspective on internal or external barriers inhibit them to start exporting. The purpose of this community service is to empower UMKM in Pekalongan regency with knowledge about export and to help preparing them to enter international trade. Four steps were undertaken throughout the process, started by surveying and followed by deciding UMKM partner. The third and the fourth steps were preparation and training activity respectively. Upon participating in the training, the participants have shown positive attitude toward export and have gained understanding about export preparation. This community service will be held continuously.

**Keywords:** *Export, Small and Medium Enterprises, UMKM*

### PENDAHULUAN

Perdagangan dunia telah bertumbuh sebesar 26% sejak tahun 2008 dan jumlah tersebut setara dengan peningkatan GDP pada rentang waktu 10 tahun (WTO, 2019). Pada data tersebut juga diketahui Indonesia tidak masuk dalam 20 besar negara yang melakukan aktivitas perdagangan dunia dari tahun 2008-2018. Pada tahun 2019, total nilai ekspor Indonesia mencapai 167,53 miliar dolar (BPS, 2020). Jika dibandingkan dengan negara lain di ASEAN, performa ekspor Indonesia masih tergolong rendah. Meskipun pada bulan Desember 2019 impor mengalami penurunan 5,47% dibandingkan bulan sebelumnya, namun secara kumulatif sepanjang tahun 2019 nilai impor Indonesia mencapai 170,72 miliar dolar AS. Pada kurun waktu yang sama, nilai ekspor hanya menembus angka 167,53 miliar dolar AS. Dengan demikian terjadi defisit

neraca perdagangan pada tahun 2019 sebesar 3,20 miliar dolar AS (BPS, 2020).

Permasalahan mengenai defisit neraca perdagangan bukan hal baru bagi pemerintah dan berbagai cara dilakukan untuk bisa mendapatkan neraca yang surplus dari waktu ke waktu. Usaha untuk meningkatkan nilai ekspor ditempuh salah satunya dengan mendorong UMKM untuk mengembangkan sayapnya keluar negeri dengan melakukan ekspor. Sampai dengan penghujung tahun 2019, kontribusi UMKM pada ekspor nasional masih tergolong rendah yakni 14%, yang berarti sebagian besar kegiatan ekspor dilakukan oleh pengusaha besar.

Pemerintah berusaha memfasilitasi UMKM untuk bisa melakukan ekspor sehingga membantu meningkatkan neraca perdagangan, namun usaha tersebut belum mampu memaksimalkan keterlibatan UMKM dalam perdagangan internasional (Cahyadi, 2015). Salah satu contohnya pada penelitian mengenai kebijakan pengembangan daya saing

global UKM di Kota Batu, ditemukan bahwa dukungan pemerintah dari sisi teknologi masih kurang memadai (Beselly dan Mawardi, 2017).

Terdapat beberapa faktor yang menghalangi UMKM untuk melakukan ekspor. Hambatan ekspor dapat berupa faktor internal maupun eksternal dari usaha tersebut. Faktor internal dapat berupa sumber daya dan kemampuan SDM sedangkan faktor eksternal adalah faktor informasi, lingkungan, pemerintah, dan prosedural (Leonidou, 2004).

Hasil penelitian terhadap 497 UMKM di pulau Jawa menyebutkan bahwa karakteristik seperti umur usaha dan jumlah pegawai mempengaruhi intensitas untuk melakukan ekspor. Didukung juga faktor lainnya seperti hubungan dengan pihak non-pemerintahan, lokasi, serta lamanya melakukan ekspor. Di sisi lain intensitas melakukan ekspor secara negatif juga dipengaruhi oleh pandangan akan kesulitan dalam hal informasi dan SDM, distribusi, promosi, finansial, peraturan pemerintah, serta prosedur dan harga (Revindo dan Gan, 2018). Berkecimpung di industri yang berbeda pun membuat perbedaan pandangan terhadap kesulitan apa yang menghalangi para UMKM dalam melakukan ekspor (Revindo, 2017).

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI, sampai pada tahun 2018, jumlah UMKM di seluruh Indonesia mencapai 1,271,440. Untuk bisa memenuhi target 30% kontribusi UMKM terhadap ekspor pada tahun 2024, maka usaha untuk menginternasionalisasi UMKM harus ditingkatkan.

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan wujud tanggung jawab dari universitas dalam mendukung program pemerintah. Memberdayakan UMKM dengan memberikan pelatihan dan pendampingan untuk mempersiapkan diri memasuki perdagangan internasional adalah yang menjadi tujuan dari pengabdian ini. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Indonesia untuk bersiap memasuki persaingan dalam perdagangan mancanegara. Pengabdian dilakukan dalam beberapa tahapan. Pertama dilakukan survei UMKM. Tahapan kedua adalah penentuan UMKM mitra dan identifikasi profil UMKM mitra. Setelah itu dilanjutkan dengan pembuatan materi pelatihan sebagai tahapan ketiga. Rangkaian pelaksanaan diakhiri dengan kegiatan pelatihan.

Tahapan survei sebagai tahapan pertama dilakukan dengan melibatkan mahasiswa D3 Manajemen Perusahaan yang sedang melakukan Kuliah Kerja Praktek (KKP) di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Pekalongan. Survei dilakukan untuk mengetahui data UMKM di Kabupaten Pekalongan

Tahapan kedua, penentuan UMKM mitra dilakukan agar penulis dapat fokus dalam memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM mitra. Pemilihan mitra dilakukan berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh penulis.

Pembuatan materi pelatihan menjadi tahapan yang ketiga dan merupakan hal penting karena pada tahapan ini penulis mempertimbangkan kesiapan dari UMKM mitra yang akan menerima materi untuk melaksanakan kegiatan ekspor. Pembuatan materi pelatihan juga mempertimbangkan keadaan pembatasan kegiatan masyarakat oleh karena Covid-19 termasuk di dalamnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Tahapan terakhir adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan diikuti oleh UMKM mitra dari Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah yang pada tahapan sebelumnya telah diseleksi sesuai kriteria yang dibuat mandiri oleh penulis. Pelatihan dilakukan secara online disertai dengan adanya interaksi antara pemberi materi dan peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat empat tahapan yang kegiatan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Dari setiap tahapan dalam pengabdian masyarakat ini, diperoleh hasil kegiatan yang kemudian digunakan untuk tahapan selanjutnya. Proses yang berkesinambungan ini akan dibahas satu per satu sampai pada tahapan terakhir.

### Tahap 1 - Survei UMKM

Survei UMKM menjadi tahapan pertama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk mengetahui profil dan karakteristik UMKM di Kabupaten Pekalongan. Profil dan karakteristik yang dimaksud sesuai dengan Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (LPPI, 2015). Penulis memperoleh data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Pekalongan. Dari data tersebut dibuat klasifikasi UMKM berdasarkan sektor Ekonomi. Selanjutnya UMKM juga diklasifikasi berdasarkan karakteristiknya yakni untuk membedakan usaha mikro, kecil dan menengah.

Tabel 1. Daftar UMKM Kabupaten Pekalongan

Kecamatan	Jumlah UMKM
Wiradesa	4,160
Sragi	3,347
Kajen	3,063
Wonopringgo	3,050
Kedungwuni	2,782
Tirto	2,748
Kecamatan lain	24,966
<b>Total</b>	<b>44,166</b>

(Sumber: Disperindagkop Pekalongan, 2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah total UMKM yang ada di Kabupaten Pekalongan adalah 44,166 UMKM yang tersebar di 19 kecamatan. Sementara itu terdapat 92 jenis komoditi yang menjadi objek usaha dari masyarakat di Kabupaten Pekalongan. Dari semua jenis komoditi, konfeksi menduduki posisi teratas dengan jumlah 5,112 unit usaha. Lima jenis komoditi dengan jumlah badan

usaha terbanyak di Pekalongan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Klasifikasi UMKM Berdasarkan Komoditi

Komoditi	Unit usaha	Tenaga kerja
Konfeksi	5,112	25,270
Anyaman Bambu	1,923	2,953
Batik	645	4,475
Gula Merah	588	1,348
Roti, Kue Basah, dan Jajanan	481	960

(Sumber: BPS Pekalongan, 2019)

Data-data di atas memperjelas pemetaan jumlah UMKM, jenis usaha, serta komoditi yang ada di Kabupaten Pekalongan.

### Tahap 2 - Penentuan UMKM Mitra

Jumlah UMKM di Kabupaten Pekalongan yang mencapai 44,166 serta jenis usaha yang beragam merupakan salah satu tantangan tersendiri. Demi mencapai suatu proses pelatihan dan pendampingan yang efektif, maka perlu adanya pembatasan jumlah UMKM yang akan dijadikan mitra. Proses inilah yang dilakukan sebagai tahap kedua dari kegiatan pengabdian ini.

Untuk menentukan UMKM yang akan dijadikan mitra maka penulis membuat kriteria dengan berbagai pertimbangan. Pertama dilihat dari skala UMKM. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan menjadi tiga yakni usaha mikro, kecil, dan menengah sesuai dengan kriterianya masing-masing. Usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50,000,000,- dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300,000,000,-. Yang digolongkan usaha kecil adalah yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp. 500,000,000,- dan penjualan tidak lebih dari Rp. 2,500,000,000,-. Usaha menengah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 10,000,000,000,- dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 10,000,000,000,-. Dari ketiga jenis usaha tersebut, pengabdian akan difokuskan untuk usaha mikro dan kecil

karena anggapan halangan finansial sering menjadi alasan sehingga para pelaku UMKM enggan melakukan ekspor.

Kriteria berikutnya adalah sektor usaha dan komoditi yang diproduksi. Karena beragamnya sektor usaha dan komoditi yang dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Pekalongan, maka pemilihan UMKM mitra untuk kegiatan pengabdian pada saat ini difokuskan pada usaha anyaman bambu dan batik karena kedua produk ini sangat mencerminkan Indonesia dan juga sangat diminati di luar negeri salah satu contohnya di Jepang (Kementerian Perdagangan, 2015).

Selanjutnya penulis menghubungi sejumlah UMKM tersebut untuk menawarkan pelatihan langkah-langkah memulai Ekspor untuk UMKM. Sejumlah UMKM yang bersedia untuk mengikuti pelatihan adalah UMKM Batik Raras, Archer Collection, Kazuto Hobby, dan Bambu Kreatif Karya Bahari.

### Tahap 3 - Pembuatan materi pelatihan

Setelah UMKM mitra ditentukan, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan materi pelatihan. Untuk melakukan tahap ini terlebih dahulu penulis mengidentifikasi pengetahuan UMKM mitra mengenai kegiatan ekspor. Pertanyaan yang diajukan berkisar pada bagaimana pandangan mereka tentang ekspor dan apakah ada rencana untuk mengembangkan usaha mereka ke ranah ekspor. Informasi ini penting didapatkan untuk mengetahui apakah UMKM mitra memiliki persepsi yang benar dan positif tentang kegiatan ekspor. Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai seberapa jauh pengetahuan mitra tentang berkas-berkas yang harus dipersiapkan untuk memulai ekspor.

Dari hasil identifikasi tersebut diketahui UMKM mitra masih punya persepsi yang negatif terhadap kegiatan ekspor dan terlebih lagi masih kurang mengetahui ketentuan untuk melaksanakan ekspor. Dengan demikian materi pelatihan harus disusun menyesuaikan dengan kebutuhan peserta.

Dari pertimbangan tersebut maka disusunlah materi dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. Materi Pelatihan

Sesi	Kegiatan
Sesi 1	Pentingnya UMKM untuk Indonesia
Sesi 2	Pengantar Ekspor
Sesi 3	Empat Tips memulai Ekspor untuk UMKM
Sesi 4	Langkah-langkah Persiapan memulai Ekspor
Sesi 5	Tanya jawab

Materi pelatihan disiapkan dalam bentuk *power point presentation* (PPT). Selain itu disiapkan juga materi dalam bentuk video yang bertujuan agar peserta dapat lebih mudah mempelajari dan dapat mengulangi materi.

### Tahap 4 - Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan tidak dapat dilakukan secara langsung dengan berkunjung Kabupaten Pekalongan karena situasi yang tidak memungkinkan dengan adanya *physical distancing* dan pembatasan kegiatan masyarakat untuk mencegah penyebaran virus corona. Pengabdian masyarakat ini pun dilakukan secara daring. Untuk mencegah kemungkinan gangguan internet, video berisi penjelasan materi juga telah diunggah ke *youtube* sehingga dapat diakses kapan saja dan dapat ditonton ulang

Rincian kegiatan selama pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut:

#### 1. Sesi 1

Tujuan yang ingin dicapai pada sesi 1 adalah agar para pelaku UMKM menyadari betapa pentingnya peran UMKM dalam perekonomian negara dan kontribusi apa yang dapat diberikan jika mereka melakukan kegiatan ekspor. Materi "Pentingnya UMKM untuk Indonesia" disusun sedemikian rupa untuk memenuhi tujuan tersebut. Di dalamnya juga ada contoh-contoh pelaku usaha yang sukses menjalankan ekspor dan mengembangkan usahanya.



Gambar 1. Materi Sesi 1

2. Sesi 2

Pelatihan untuk sesi 2 ini berisi materi tentang pengantar ekspor. Di dalamnya ada pengertian ekspor, tujuan ekspor, manfaat ekspor, serta membahas sejumlah pemikiran yang keliru tentang ekspor.



Gambar 2. Materi Sesi 2

Tujuan utama dari sesi 2 adalah untuk memberikan pengertian yang benar tentang ekspor, mengubah sudut pandang tentang kesulitan memulai ekspor dan memotivasi pelaku UMKM berani berkembang dengan melakukan ekspor.

3. Sesi 3

Pelatihan sesi ketiga mulai berfokus kepada hal-hal teknis. Secara rinci materi sesi tiga berisi penjelasan tentang dokumen apa saja yang harus dipersiapkan pengusaha ekspor pemula seperti dokumen legalitas untuk usaha ekspor (SIUP, TDP, NPWP, dll), dokumen ekspor utama (invoice, packing list, B/L), dokumen tambahan (certificate of origin, dll).



Gambar 3. Materi Sesi 3

Selain mempersiapkan dokumen, pada sesi ketiga ini juga disampaikan institusi pemerintahan dan non pemerintahan yang mendukung kegiatan ekspor, sehingga nantinya UMKM mitra dapat juga mencari informasi dan memanfaatkan setiap fasilitas yang disediakan.

4. Sesi 4

Setelah memahami dokumen apa saja yang harus dipersiapkan serta institusi apa saja yang dapat membantu kegiatan ekspor, maka UMKM mitra masuk siap untuk menerima materi sesi 4. Pada sesi ini dibahas mengenai langkah atau tindakan apa saja yang harus dilakukan sebagai bagian dari persiapan sebelum melaksanakan ekspor.



Gambar 4. Materi Sesi 4

Terdapat tiga langkah, yang pertama mempersiapkan produk dan negara tujuan ekspor (NTE) dengan melakukan riset, mempersiapkan alat promosi; dan mempersiapkan korespondensi ekspor.

5. Sesi 5

Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang diberikan jika ada hal yang tidak dimengerti atau jika masih membutuhkan penjelasan yang lebih mendalam. Hal itu menunjukkan peserta tertarik untuk mempelajari secara lebih detail tentang ekspor. Sebelum menutup pelatihan, peserta diminta untuk menjawab kuesioner online yang dibuat untuk mengetahui apakah perubahan cara pandang terhadap kegiatan ekspor dan apakah mereka tertarik untuk

mempelajari lebih lanjut. Meskipun tidak berhasil mengumpulkan respon dari semua peserta, namun dari respon yang diterima, dapat dilihat bahwa setelah pelatihan, peserta memandang bahwa ekspor itu penting dan adalah hal yang penting juga bagi UMKM untuk melakukan ekspor. Selain itu meskipun pandangan tentang ekspor adalah hal yang sulit belum begitu berubah, peserta berpendapat bahwa UMKM bisa melakukan ekspor dan termotivasi untuk melakukannya.

### KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan Tim Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro ini adalah:

1. Pelatihan Ekspor untuk UMKM pemula ini merupakan bentuk dukungan dari Universitas Diponegoro terhadap program dan target pemerintah untuk meningkatkan kontribusi UMKM pada ekspor.
2. Melalui pelatihan ini, terdapat pelaku UMKM dapat melihat kegiatan ekspor dari sudut pandang yang benar.
3. Pelatihan ini juga memberikan manfaat positif bagi pelaku UMKM dimana para pengusaha mikro, kecil, dan menengah dapat mengetahui syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk bisa melakukan ekspor, serta langkah-langkah awal yang harus dipersiapkan sebelum memulai ekspor.
4. Pelatihan ini harus dilaksanakan secara berkelanjutan sampai pada tahap berikutnya.

### REFERENSI.

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pekalongan. (2019). Kabupaten Pekalongan Dalam Angka.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Indonesia - *Statistical Yearbook of Indonesia 2020*.

Beselly, X. D. dan Mawardi, M. K. (2017). Kebijakan Pengembangan Daya Saing Global Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Batu Menggunakan SME Development Index. *Jurnal Administrasi Bisnis* 47(1), 25-31.

Cahyadi, I. (2015). Tantangan Internasionalisasi UKM di Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Kajian* 20(2).

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2015). Market Brief Plaits and Other Similar Products of Plaiting Materials. *Indonesian Trade Promotion Center Osaka*.

Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Leonidou, Leonidas C. 2004, An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development, *Journal of Small Business Management* 42(3), pp. 279–302.

Revindo, M. D. (2017). Types and Severities of Export Barriers: Evidence from Indonesian SMEs. *Economics and Finance in Indonesia* 63(2), 150-175.

Revindo, M. D. dan Gan Christopher. (2018). Factors Affecting Variation in SMEs' Export Intensity. *LPEM-FEB UI Working Paper 020*.

UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

World Trade Organization. (2019). World Trade Statistical Review 2019.