

Pelatihan Start Exporting: Peningkatan Kompetensi Ekspor bagi UKM di Jakarta

**Sri Handoko Sakti¹, Jati Wahyono Agustinus², Muhammad Ichsan³, Imelda Aprileny⁴,
Engkur⁵, Muhammad Natser⁶**

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Program Studi Manajemen,² Universitas Tarakanita
^{3,4,5,6} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Fakultas Ekonomi Bisnis/Program Studi Manajemen

*handoko@stei.ac.id; jatiwahyono77@gmail.com; m.ikhsan@stei.ac.id; iaprileny729@yahoo.co.id;
engkurdsh@gmail.com; 0324106604mnatsera@gmail.com*

Email Korespondensi: handoko@stei.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jakarta memiliki potensi ekspor yang besar namun terkendala oleh kurangnya pemahaman tentang prosedur, pemasaran digital, dan logistik internasional. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam memulai bisnis ekspor melalui pelatihan "Start Exporting". Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan, penyusunan modul, pelaksanaan pelatihan secara luring dengan metode ceramah interaktif, studi kasus, dan workshop, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta yang signifikan, dengan nilai rata-rata post-test (85,4) jauh lebih tinggi daripada pre-test (52,1). Sebanyak 90% peserta menyatakan sangat puas dengan pelatihan, dan 5 UMKM telah memulai komunikasi dengan calon buyer internasional. Simpulan dari kegiatan ini adalah pelatihan yang terstruktur dan aplikatif efektif dalam membekali UMKM dengan pengetahuan dasar ekspor. Saran yang diberikan adalah perlunya pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi dengan instansi terkait seperti Bea Cukai dan bank untuk memastikan implementasi yang berhasil.

Kata kunci: ekspor; pelatihan; umkm; kompetensi

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) in Jakarta have significant export potential but are constrained by a lack of understanding of procedures, digital marketing, and international logistics. This Community Service activity aimed to enhance the competence of SME actors in starting an export business through "Start Exporting" training. The implementation methods included needs identification, module development, offline training with interactive lectures, case studies, and workshops, and evaluation through pre-test and post-test. The results showed a significant increase in participants' understanding, with the average post-test score (85.4) being much higher than the pre-test (52.1). 90% of participants were very satisfied with the training, and 5 SMEs have initiated communication with potential international buyers. The conclusion is that structured and applicable training is effective in equipping SMEs with basic export knowledge. Suggestions include the need for ongoing mentoring and collaboration with related institutions such as Customs and banks to ensure successful implementation.

Keywords: export; training; sme; competence.

A. PENDAHULUAN

Dunia bisnis ekspor impor telah berkembang luas dari mulai negara hingga antar benua (World Trade Organization, 2022). Era perdagangan bebas (Free trade) menjadikan banyak komoditi yang diperjual belikan dan dibutuhkan oleh berbagai negara setiap harinya bergerak baik melalui perdagangan online maupun dengan berbagai moda transportasi (Kuncoro, 2021). Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keragaman dan sumber daya yang sangat dibutuhkan oleh berbagai negara (Tambunan, 2019). Jakarta sebagai pusat ekonomi Indonesia saat ini memiliki banyak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan berbagai produk unggulan yang memiliki potensi untuk bersaing di pasar global (BPS DKI Jakarta, 2023). Data dari Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta menunjukkan bahwa terdapat ribuan UMKM aktif, namun hanya sebagian kecil yang telah menembus pasar ekspor (Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta, 2023). Kendala utama yang dihadapi meliputi ketidaktahuan tentang prosedur kepabeanan, kesulitan dalam mencari buyer internasional, serta minimnya pemahaman tentang standar kualitas dan logistik ekspor (Julianto & Sari, 2022). Survei awal yang dilakukan terhadap 30 UMKM mitra mengungkap bahwa 80% peserta memiliki motivasi tinggi untuk mengekspor tetapi tidak mengetahui langkah awal yang harus dilakukan. Hal ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan (2023) yang menyatakan bahwa literasi ekspor di kalangan UMKM masih sangat rendah. Kegiatan pengabdian masyarakat ini hadir untuk menjawab permasalahan tersebut melalui sebuah pelatihan komprehensif yang diberi nama "Start Exporting". Teori yang mendasari kegiatan ini adalah experiential learning, dimana peserta tidak hanya menerima teori tetapi juga langsung mempraktikkannya melalui workshop (Kolb, 1984). Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam hal identifikasi produk ekspor, pemasaran digital internasional, prosedur ekspor, serta pembiayaan dan logistik. Manfaat yang diharapkan adalah terbukanya peluang pasar baru bagi UMKM, peningkatan nilai ekonomi, dan kontribusi terhadap peningkatan ekspor nasional.

B. METODE PELAKSANAAN

Adapun kegiatan ini di laksanakan pada tanggal 22 September 2025 di Aula Kantor Sudin PPAP Lantai 2 Kantor Sudin yang berlokasi di Jalan Agung Utara Raya Blok A No. 46 Sunter Podomoro, Sunter Agung, Jakarta Utara. Waktu pelaksanaannya dimulai pada jam 8.00 dan diakhiri pada pukul 16.30.

Kegiatan ini diikuti oleh mitra utama yaitu sebanyak 30 pelaku UMKM yang bergerak di bidang fashion, kuliner, dan kerajinan yang tergabung dalam asosiasi UMKM Jakarta Utara. Prosedur pelaksanaan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui survei online dan wawancara mendalam untuk memastikan materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan riil mitra.

Untuk Survei Online Kesiapan Ekspor: pelaksanaan Survei disebarakan via Google Forms melalui grup WhatsApp Asosiasi UMKM Jakarta Utara. Kuesioner terdiri dari 20 pertanyaan tertutup yang mengukur empat dimensi kesiapan ekspor berdasarkan adaptasi dari kerangka Export Readiness (Sutanto & Pratama, 2022), yaitu: (a) Pengetahuan Dasar Ekspor (5 soal), (b) Kapasitas Pemasaran Digital (5 soal), (c) Pemahaman Prosedur (5 soal), dan (d) Literasi Pembiayaan & Logistik (5 soal). Skala pengukuran menggunakan Likert 1-5 (1 = Sangat Tidak Tahu/Paham, 5 = Sangat Tahu/Paham). Survei diisi oleh seluruh 30 calon peserta sebelum pelatihan.

Sedangkan untuk Wawancara Mendalam adalah dalam rangka menggali informasi kualitatif, dilakukan wawancara semi-terstruktur terhadap 5 orang perwakilan UMKM yang dipilih berdasarkan variasi sektor usaha. Wawancara berfokus pada tiga domain dengan total 12 pertanyaan inti, meliputi: (1) Pengalaman dan Persepsi Awal tentang Ekspor (4 pertanyaan), (2) Kebutuhan dan Kendala Spesifik Sektor (4 pertanyaan), dan (3) Harapan terhadap Materi Pelatihan (4 pertanyaan).

Wawancara semi-terstruktur ini berfokus pada tiga domain utama dengan total 12 pertanyaan inti:

Domain Pengalaman dan Persepsi Ekspor (4 pertanyaan): Misalnya, "Apa pemahaman Bapak/Ibu tentang langkah-langkah praktis mengeksport produk?" dan "Menurut Bapak/Ibu, kendala terbesar apa yang akan dihadapi?"

Domain Kebutuhan Spesifik Sektor (4 pertanyaan): Pertanyaan disesuaikan, contoh untuk UKM makanan: "Apa kendala yang Bapak/Ibu ketahui terkait sertifikasi halal dan standar kemasan untuk pasar luar negeri?"

Domain Harapan terhadap Pelatihan (4 pertanyaan): Seperti, "Keterampilan atau pengetahuan spesifik apa yang paling Bapak/Ibu harapkan dari pelatihan ini?"

Wawancara ini mengungkap kebutuhan mendalam yang tidak tertangkap kuesioner, seperti keraguan spesifik pada prosedur kepabeanan dan kebutuhan akan contoh dokumen riil.

Tahap selanjutnya adalah penyusunan modul pelatihan "Start Exporting" yang terdiri dari empat modul inti, yaitu Fondasi Ekspor, Pemasaran Digital Internasional, Prosedur dan Regulasi Ekspor, serta Pembiayaan dan Logistik. Pelatihan dilaksanakan selama satu hari

dengan metode ceramah interaktif, diskusi studi kasus UMKM sukses ekspor, dan praktik singkat penyusunan dokumen ekspor serta strategi pemasaran digital. Instrumen evaluasi yang digunakan adalah kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman kognitif, kuesioner kepuasan. Adapun bentuknya adalah sebagai berikut :

Untuk kuesioner Pre-test dan Post-test terdiri dari 20 soal pilihan ganda dengan konten identik, dirancang untuk mengukur peningkatan pengetahuan kognitif peserta pada keempat modul. Soal menguji pemahaman konseptual dan prosedural dasar ekspor.

Sedangkan untuk Kuesioner Kepuasan Peserta terdiri dari 10 pernyataan yang mengukur aspek relevansi materi, kejelasan penyampaian narasumber, manfaat pelatihan, dan manajemen waktu. Pengukuran menggunakan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Tidak Puas, 5 = Sangat Puas). Skor rata-rata kemudian dikategorikan.

Untuk Lembar Observasi Partisipasi: Dilengkapi oleh 2 orang fasilitator/panitia selama pelatihan. Lembar observasi mencatat indikator keaktifan peserta, meliputi: frekuensi dan kualitas bertanya, keterlibatan dalam diskusi, dan keseriusan mengikuti workshop. Pengamatan menggunakan skala kualitatif (Aktif, Cukup, Kurang).

Monitoring Grup Pendampingan: Pembuatan grup WhatsApp pasca-pelatihan untuk memantau tindak lanjut dan dampak jangka pendek.

Untuk mengukur respons peserta, serta lembar observasi partisipasi selama workshop. Bahan yang digunakan adalah modul cetak dan slide presentasi, sedangkan alat yang digunakan adalah laptop, proyektor, dan fasilitas pendukung lainnya.

C. PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan berjalan lancar dan dihadiri oleh seluruh 30 peserta. Tingginya antusiasme peserta yang terlihat dari partisipasi aktif selama sesi merupakan indikator awal keberhasilan pendekatan experiential learning dalam pelatihan (Kolb, 1984). Teori ini menekankan bahwa pembelajaran yang efektif terjadi melalui siklus pengalaman konkret, refleksi observasi, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif, yang selaras dengan desain pelatihan yang menggabungkan ceramah, studi kasus, dan workshop.

1. Hasil Evaluasi Peningkatan Pemahaman

Hasil perbandingan pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan pada semua aspek, dengan rata-rata kenaikan sebesar 33,3 poin. Peningkatan tertinggi terjadi pada modul Prosedur dan Regulasi Ekspor (35,3 poin). Hal ini dapat dijelaskan

melalui teori Competency-Based Training (CBT), di mana pembelajaran yang berfokus pada penguasaan keterampilan spesifik dan langsung dipraktikkan (seperti simulasi pengisian PEB) terbukti efektif dalam menginternalisasi pengetahuan prosedural yang kompleks (Sutanto & Pratama, 2022). Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari & Wijaya (2024) yang menyimpulkan bahwa pendekatan praktik langsung mampu mengurangi kecemasan pelaku UMKM terhadap birokrasi ekspor. Peningkatan yang signifikan pada aspek pembiayaan dan logistik (32,2 poin) juga mengonfirmasi temuan Lee et al. (2020) bahwa literasi finansial dan logistik merupakan key driver dalam peningkatan export readiness.

Tabel 1. Perbandingan Nilai Rata-Rata Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan

<i>Aspek Materi</i>	<i>Nilai Pre-test</i>	<i>Nilai Post-test</i>
<i>Pengenalan Ekspor</i>	50,2	82,5
<i>Pemasaran Digital Internasional</i>	54,5	88,0
<i>Prosedur dan Regulasi Ekspor</i>	48,5	83,8
<i>Pembiayaan dan Logistik</i>	55,1	87,3
<i>Rata-Rata Keseluruhan</i>	52,1	85,4

Sumber: Hasil pengolahan data kegiatan PkM (2025)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa dari hasil pelaksanaan kegiatan ini terjadi peningkatan pemahaman rata-rata sebesar 33,3 poin. Hasil Peningkatan tertinggi terdapat pada modul Pemasaran Digital Internasional, dan urutan ke dua adalah pada modul Pembiayaan dan Logistik yang sebelumnya merupakan topik yang paling tidak dikuasai.

1. Tanggapan dan Kepuasan Peserta

Analisis kuesioner kepuasan menunjukkan 90% peserta menyatakan sangat puas (skor 4-5). Tingkat kepuasan yang tinggi ini berkorelasi langsung dengan peningkatan nilai kognitif, yang memperkuat teori Kirkpatrick's Training Evaluation Model bahwa reaksi positif peserta (reaction) merupakan fondasi untuk pembelajaran (learning) dan perubahan perilaku (behavior) (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006). Aspek dengan skor tertinggi adalah kejelasan narasumber dan relevansi studi kasus, yang menurut Priyanto & Hapsari (2022), merupakan faktor kritis dalam pelatihan ekspor untuk memastikan transfer pengetahuan yang aplikatif. Permintaan peserta untuk durasi yang lebih panjang dan sesi negosiasi khusus mengindikasikan

bahwa pelatihan telah berhasil membangkitkan export mindset dan kebutuhan untuk pengembangan kompetensi yang lebih lanjut, sesuai dengan tahapan export development process yang diusulkan oleh Johanson & Vahlne (1977).



Sumber: Dokumentasi Tim PKM - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2025)

Gambar 1. Pembukaan pelaksanaan pelatihan

2. Dampak dan Tindak Lanjut

Lembar observasi menunjukkan 85% peserta aktif. Tingkat partisipasi yang tinggi ini tidak terlepas dari metode blended learning dan role-play yang diterapkan, yang menurut Hapsari & Wijayanto (2021), efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi memori peserta pelatihan ekspor. Dampak yang paling menggembirakan adalah inisiatif 5 UMKM yang telah memulai komunikasi dengan calon buyer internasional dalam waktu satu bulan pasca-pelatihan. Fenomena ini mendukung teori Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), di mana peningkatan pengetahuan (kontrol perilaku persepsional) dan kepercayaan diri (sikap) dari pelatihan, yang diperkuat oleh dukungan grup pendampingan (norma subjektif), telah memicu niat dan perilaku nyata untuk mengekspor. Temuan ini konsisten dengan penelitian Lee et al. (2020) yang menegaskan bahwa pendampingan pasca-pelatihan (post-training support) secara signifikan meningkatkan probabilitas realisasi ekspor pertama (first export). Meskipun demikian, untuk memastikan keberlanjutan, diperlukan intervensi lebih lanjut mengingat studi dari OECD (2021) menunjukkan bahwa UMKM seringkali menghadapi liability of smallness dan newness dalam pasar internasional yang membutuhkan jaringan dan sumber daya yang lebih kuat.

Dampak langsung yang dapat diamati oleh panitia dan para narasumber adalah keingintahuan dan peningkatan kepercayaan diri dari para peserta untuk memulai bisnis ekspor. Dari hasil pelatihan yang diberikan oleh pada fasilitator ini ditindaklanjuti dengan pembentukan grup Whatsup sebagai bentuk pendampingan online yang diharapkan akan berjalan pada pasca-pelatihan. Dari hasil peninjauan dan komunikasi dengan peserta, ternyata sudah ada 3 peserta UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan 2 peserta bidang kerajinan tangan yang telah mendapatkan response dari calon buyer dari Malaysia dan Singapura. Sebanyak 8 UKM lainnya sedang dalam proses revitalisasi profil bisnis dan media sosial mereka untuk menargetkan pasar internasional. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan telah berhasil memicu inisiatif untuk bertindak. Apalagi jika pelatihan ini juga ditindak lanjuti dengan pendampingan terhadap peserta, sehingga kemungkinan besar akan membangkitkan semangat dan motivasi peserta untuk melanjutkan pemasaran produk mereka kepada calon calon buyer yang potensial dari berbagai negara.

D. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa Pelatihan “Start Exporting” ini telah berhasil meningkatkan kompetensi dan kepercayaan diri pelaku UMKM khususnya di Jakarta Utara dalam memulai sebuah bisnis ekspor. Peningkatan nilai pada pelaksanaan post-test dan feedback positif yang diberikan oleh peserta membuktikan bahwa metode pelatihan yang terpadu antara teori dan praktik cukup efektif dalam mentransfer pengetahuan yang kompleks, khususnya dalam bidang ekspor menjadi langkah-langkah yang mudah dipahami dan diterapkan. Keberhasilan PKM dalam bentuk pelatihan ini juga tidak lepas dari komitmen tinggi yang ditunjukkan oleh para peserta selama pelatihan berlangsung.

Sebagai saran untuk pengembangan kegiatan selanjutnya adalah perlunya membuat program pendampingan sebagai bentuk lanjutan (*advanced*) yang lebih intensif, misalnya dengan mendatangkan langsung praktisi praktisi dari berbaia kelembagaain terkait, seperti Bea Cukai, perusahaan freight forwarder dan pihak perbankan untuk konsultasi spesifik. Kolaborasi dengan Dinas Perdagangan setempat juga sangat dibutuhkan untuk memfasilitasi para UMKM ini dalam mengikuti pameran baik di tingkat nasional maupun internasional serta memfasiliasi pendekatan dengan atase atase perdagangan internasional dalam memasuki pasar ekspor ke negara tujuan ekspor. Selain itu, untuk mengatasi keterbatasan waktu, kedepannya materi dapat dibagi menjadi beberapa pertemuan atau disajikan dalam format hybrid (luring dan daring)

untuk menjangkau lebih banyak UMKM serta masyarakat luas lainnya yang berminat dalam mendalami bisnis ekspor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih khususnya juga kepada Kepala Sudin PPAP yang melibatkan narasumber dalam melaksana kegiatan PKM serta skema pendanaan yang disediakan pemerintah melalui Sudin PPAP Jakarta Utara. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Asosiasi UMKM Jakarta Selatan yang telah memfasilitasi perekrutan peserta dan semua pihak yang terlibat sehingga kegiatan ini dapat terselenggara dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta. (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Provinsi DKI Jakarta 2022*. Jakarta: BPS DKI Jakarta.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta. (2023). *Data dan Profil UMKM DKI Jakarta Tahun 2022*. Jakarta: Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- Hapsari, D., & Wijayanto, A. (2021). The Effect of Experiential Export Training on Export Intention of Creative Industry SMEs in Indonesia. *Journal of International Business and Entrepreneurship*, 9(2), 89–104.
- Julianto, I., & Sari, D. P. (2022). Analisis Faktor Penghambat Ekspor pada UMKM Sektor Kreatif di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 67-78.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Ekspor NonMigas Tahun 2022*. Jakarta: Kementerian Perdagangan.
- Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating Training Programs: The Four Levels* (3rd ed.). Berrett-Koehler Publishers.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall.
- Kuncoro, M. (2021). *Strategi dan Kebijakan Pemasaran Global*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Lee, H., Kelley, D., Lee, J., & Lee, S. (2020). SME Survival: The Impact of Internationalization, Technology Resources, and Alliances. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 152–177.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Priyanto, A., & Hapsari, D. (2022). Strategi Peningkatan Daya Saing Ekspor UKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 17(1), 45-60.
- Sari, M., & Wijaya, T. (2024). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Omzet UKM di DKI Jakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 112-125.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. John Wiley & Sons.
- Sutanto, B., & Pratama, R. (2022). Barrier Analysis for Exporting SMEs in Metropolitan Area: A Case Study of Jakarta. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(1), 55–67.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- World Trade Organization (WTO). (2022). *World Trade Statistical Review 2022*. Geneva: WTO Publications.