



Workshop Penilaian Kesiapan Ekspor, Penguatan Kompetensi, dan Pengembangan Diversifikasi Produk Ekspor Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM

¹Bayu Setyo Nugroho, ²Erlina Dewi Endah Amaliyah , ¹Amran Yabioktabera, ¹Eva Purnamasari, ¹Mona Inayah Pratiwi

Politeknik Negeri Semarang¹

Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50275, Indonesia

Universitas Semarang²

Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Semarang, Jawa Tengah 50196, Indonesia

erlina@usm.ac.id  | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v9i2.5702> |

Abstrak

Kegiatan ekspor sangat penting bagi perekonomian suatu negara untuk meningkatkan produk domestik bruto suatu negara. Selain kegiatan ekspor, salah satu penopang perekonomian di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia pada tahun 2024 UMKM mencapai lebih dari 65 juta yang telah menyerap 97 persen tenaga kerja. Namun demikian, peran UMKM belum maksimal dalam kegiatan perdagangan antar negara; sehingga pemerintah perlu turut andil dan membantu UMKM dalam upaya ekspor produknya. Komoditas ekspor produk UMKM sejatinya banyak diminati negara lain, namun banyak UMKM yang belum melakukan ekspor secara mandiri seperti CV. Isna Makmur dan Sumber Rejeki Rotan. Untuk menembus pasar global tentu UMKM tersebut harus memiliki kesiapan dalam bisnis mereka agar bisnis yang mereka jalankan nantinya dapat tersistem dan terus berkembang. Untuk itu tim pengabdian kepada masyarakat (PkM) melakukan kegiatan peningkatan daya saing produk saing ekspor UMKM secara mandiri melalui workshop penilaian kesiapan ekspor, penguatan kompetensi, dan pengembangan diversifikasi produk ekspor. Keberhasilan kegiatan workshop ini diukur dengan cara selalu mengkonfirmasi pemahaman peserta melalui tanya jawab dan diskusi pada akhir sesi setiap materi. Tingkat pemahaman peserta juga dapat dilihat dari hasil praktik yang mereka lakukan apakah sudah sesuai dengan tugas yang diberikan pada setiap sesi. Melalui workshop ini UMKM dapat melakukan ekspor secara mandiri dan tidak lagi tergantung pada pihak ketiga.

Kata Kunci: Ekspor, UMKM, Diversifikasi produk, Daya saing



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Kegiatan ekspor sangat penting bagi perekonomian suatu negara, sebab perdagangan internasional ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi terutama PDB (Produk Domestik Bruto) (Ngatikoh & Isti'aniah, 2020). Pertumbuhan ekonomi merupakan ukuran bagi suatu negara dalam menilai keberhasilan pembangunan perekonomiannya (Hodijah & Angelina, 2021). Pertumbuhan ekonomi ini menjadi indikator penting untuk mengetahui perkembangan serta pembangunan perekonomian suatu negara. Semakin tinggi pertumbuhan ekonomi, maka kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat negara tersebut semakin baik.

Hal tersebut sejalan dengan berbagai studi yang mengungkapkan perlunya dilakukan reformasi ekonomi dimana kegiatan ekonomi dilakukan secara terbuka sebagai strategi untuk memutar modal dan menumbuhkan perdagangan internasional (Carrasco & Tovar-Garcia, 2021); oleh karena itu kegiatan ekspor ini sangat penting bagi Indonesia.

Selain kegiatan ekspor salah satu penopang perekonomian di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa disebut UMKM. Menurut (Arifin et al., 2021; Firmansyah & Arham, 2021) UMKM di Indonesia masih menunjukkan peran yang masih belum maksimal dalam kegiatan perdagangan antar negara ini; padahal jumlah UMKM di Indonesia sangatlah besar mencapai lebih dari 65 juta pada tahun 2024 (Waluyo, 2024). Dengan jumlah tersebut, UMKM mampu menyerap hingga 97% tenaga kerja (Limanseto, 2022), selain itu UMKM juga turut berkontribusi sangat besar terhadap PDB. Apabila UMKM di Indonesia dapat berkontribusi lebih besar terhadap kegiatan ekspor, maka dapat turut meningkatkan perekonomian di Indonesia. Berkenaan dengan hal tersebut Menteri Koperasi dan UKM memberikan jalan dan peluang untuk kegiatan ekspor bagi produk-produk UMKM (Catriana & Sukmana, 2020). Potensi ekspor UMKM di Indonesia sejatinya memiliki potensi yang sangat besar. Komoditas ekspor produk-produk UMKM Indonesia yang banyak diminati adalah kopi, sawit, hasil hutan, dan tekstil dengan negara tujuan ekspor diantaranya adalah Amerika Serikat, Jepang, dan Jerman. Hal ini juga dibuktikan dengan studi yang dilakukan oleh (Rozani & Huda, 2022) yang mengatakan bahwa produk-produk UMKM di Indonesia yang diekspor mampu bersaing di 12 negara tujuan ekspor.

Meskipun potensi ekspor UMKM Indonesia sangat besar, namun pelaku UMKM masih menghadapi banyak kendala. Pertama, kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi dan literasi digital masih kurang. Kedua, banyak pelaku UMKM yang belum mampu menyusun pembukuan dan laporan keuangan secara digital. Ketiga, kemampuan dalam memenuhi standarisasi produk sesuai keinginan pasar ekspor masih lemah. Keempat, prosedur serta peraturan usaha lintas negara yang memakan waktu, kompleks, dan mahal. Serta kelima, adalah tantangan lain seperti inovasi, produktivitas, perizinan (legalitas), sertifikasi dan standarisasi, pembiayaan, sumber daya manusia, *branding*, hingga masih belum terpenuhinya pembinaan, fasilitas, dan pelatihan ekspor (Lisnawati, 2023).

Masalah serupa juga dihadapi oleh mitra dalam kegiatan ini yaitu CV. Isna Makmur dan Sumber Rejeki Rotan. CV. Isna Makmur memproduksi minuman herbal instan seperti Jahe Instan dan Jahe Rempah. Ekspor akan berpotensi besar terhadap peningkatan devisa dan pendapatan suatu negara (Nasution & Zuraya, 2022). Usaha ini didirikan pada tahun 2016 oleh Ibu Norma Afantin yang berlokasi di Jalan Rumpun Diponegoro 6 No 88D RT 3 RW 7, kecamatan Banyumanik, kota Semarang Jawa Tengah. Produk CV. Isna Makmur dipasarkan ke warung-warung kelontong terdekat, koperasi AKPOL, Lumpia Cik Meme, beberapa *rest area* di Jawa dan pusat oleh-oleh di Semarang seperti Toko Oleh-Oleh 52. Selain itu dipasarkan juga kepada Tenaga Kerja Indonesia di negara Korea Selatan, Jepang, China, Malaysia, Belanda, Meksiko dan Australia.

UMKM Sumber Rejeki Rotan bergerak pada produksi barang-barang dari rotan. Usaha ini didirikan oleh Pak Achmad Soleh pada tahun 1990-an, yang dan telah beroperasi selama kurang lebih 30 tahun. Alamat UMKM Sumber Rejeki Rotan adalah di Jl. Pakintelan RT 01 RW 02, kecamatan Gunung Pati, kota Semarang, Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan oleh Sumber Rejeki Rotan dipasarkan di beberapa tempat wisata seperti Jogja dan Semarang Center. Namun kini, produk anyaman hasil produksi Sumber Rejeki Rotan mulai diekspor ke luar negeri seperti ke Australia, Jepang, dan Inggris melalui pihak ketiga.

Hasil produksi dari kedua UMKM tersebut memiliki peluang untuk ekspor karena terdapat pangsa pasar di beberapa negara. Meskipun demikian, untuk menembus pasar global tentu UMKM tersebut harus memiliki kesiapan dalam bisnis mereka agar bisnis yang mereka jalankan nantinya dapat tersistem dan terus berkembang. Untuk itu tim pengabdian kepada masyarakat (PkM) melakukan kegiatan peningkatan daya saing produk saing ekspor UMKM secara mandiri melalui workshop penilaian kesiapan ekspor, penguatan kompetensi, dan pengembangan diversifikasi produk ekspor. Peningkatan operasional dan produktivitas mitra dapat mendukung terciptanya diversifikasi produk mitra agar sesuai dengan permintaan dan kebutuhan ekspor di pasar global. Diversifikasi produk berupa pengembangan varian produk olahan jahe seperti varian jahe bubuk murni tanpa bahan apapun dapat juga dikembangkan sesuai dengan pasar global di Korea Selatan dan negara-negara lain. Diversifikasi produk anyaman rotan juga dapat dikembangkan. Tidak hanya rotan, produk-produk anyaman yang berasal dari kertas ataupun bambu juga dapat menjadi salah satu solusi dalam pengembangan diversifikasi produk mitra untuk menargetkan pasar Ekspor. Tentunya diversifikasi produk ini perlu riset pasar yang mendalam agar produk benar-benar sesuai dengan Segmentasi, Target, dan Posisi mitra terhadap pasar Global (Trinh & Thuy, 2021).

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan para pemilik ataupun pengelola usaha mikro kecil menengah dapat lebih mandiri dan berkembang positif. Baik dari segi penerapan sistem informasi berbasis teknologi digital ataupun teknologi untuk meningkatkan produktivitas, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan daya saing produk UMKM di kancah dunia.

2. Metode

Upaya peningkatan daya saing produk ekspor UMKM ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan berupa *workshop* untuk memastikan kesiapan UMKM mitra dalam melakukan ekspor, menguatkan kompetensi dan kemampuan pelaku UMKM mitra untuk dapat mengeksport produknya secara mandiri, serta melakukan diversifikasi produk UMKM sehingga lebih bervariasi dan dapat bersaing dalam pasar ekspor. **Gambar 1** memberikan ringkasan alur pelaksanaan kegiatan ini.

Langkah awal yang dilakukan oleh tim PkM adalah melakukan observasi dan wawancara kepada kedua UMKM tersebut untuk mengetahui kendala yang dihadapi yang nantinya akan dihadirkan solusi atas permasalahan kedua UMKM tersebut. Berdasarkan hasil observasi berikut kendala yang dialami oleh CV. Isna Makmur dan Sumber Rejeki Rotan belum mampu secara mandiri melakukan ekspor. Mitra perlu dibantu supaya mampu secara mandiri mulai dari proses penilaian kesiapan ekspor, proses perizinan, prosedur ekspor sampai ke mancanegara, mencari buyer luar negeri, serta mampu untuk menghasilkan dan mengembangkan diversifikasi produk ekspor.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Langkah selanjutnya adalah menyusun kegiatan untuk membantu UMKM dalam mengatasi kendala tersebut. Tim merancang kegiatan *workshop* penilaian kesiapan ekspor, penguatan kompetensi, dan pengembangan diversifikasi produk ekspor dengan menghadirkan narasumber praktisi ekspor untuk *sharing knowledge*, pengalaman, dan melatih kesiapan ekspor mitra.

Kegiatan *workshop* dilaksanakan pada tanggal 5-6 Oktober 2024 di Naruna Ceramic Salatiga sebagai lokasi usaha narasumber sekaligus praktisi ekspor. Pelatihan dilakukan dengan cara tutorial dan praktik (*workshop*). Mitra diberikan materi tentang inovasi produk untuk menembus pasar ekspor, standardisasi produk ekspor, bagaimana membangun SDM tangguh kompeten dan militan, bagaimana menggunakan modal sedikit hasil melimpah. Selain itu, mitra didampingi oleh mahasiswa dan juga karyawannya untuk mempraktikkan bagaimana contoh-contoh dokumen legalitas perusahaan, mencari pemasok, mencari *buyer*, menentukan harga ekspor, macam transaksi, metode pembayaran, dan skema penawaran, teknis pengiriman dengan udara dan laut, hingga ekspor korespondensi email dan *follow up buyer*.

Keberhasilan kegiatan *workshop* ini diukur dengan cara selalu mengkonfirmasi pemahaman peserta melalui tanya jawab dan diskusi pada akhir sesi setiap materi. Tingkat pemahaman peserta juga dapat dilihat dari hasil praktik yang mereka lakukan apakah sudah sesuai dengan tugas yang diberikan pada setiap sesi.

3. Hasil dan Pembahasan

Mitra dalam kegiatan ini adalah CV. Isna Makmur yang memproduksi minuman herbal instan seperti Jahe Instan dan Jahe Rempah. Usaha ini didirikan pada tahun 2016 oleh Ibu Norma Afantin yang berlokasi di Jalan Rumpun Diponegoro 6 No 88D RT 3 RW 7, kecamatan Banyumanik, kota Semarang Jawa Tengah. Produk CV. Isna Makmur dipasarkan ke warung-warung kelontong terdekat, Koperasi AKPOL, Lumpia Cik Meme, beberapa *rest area* di Jawa dan pusat oleh-oleh di Semarang seperti Toko Oleh-Oleh 52. Selain itu dipasarkan juga kepada Tenaga Kerja Indonesia di negara Korea Selatan, Jepang, China, Malaysia, Belanda, Meksiko dan Australia. Contoh produk dari UMKM ini disajikan pada Gambar 2. Sementara itu, UMKM Sumber Rejeki Rotan bergerak pada produksi barang-barang kerajinan tangan yang berasal dari rotan. Usaha ini didirikan oleh Pak Achmad Soleh pada tahun 1990-an, yang dan telah beroperasi selama kurang lebih 30 tahun, adapun alamat UMKM Sumber Rejeki Rotan adalah di Gunung Pati, kota Semarang, Jawa Tengah.



Gambar 2. Produk Jahe Isna dan Sumber Rejeki Rotan

Produk yang dihasilkan oleh Sumber Rejeki Rotan dipasarkan di beberapa tempat wisata seperti Jogja dan Semarang Center, selain itu produk anyaman hasil produksi Sumber Rejeki Rotan mulai diekspor ke luar negeri seperti ke Australia, Jepang, dan Inggris melalui pihak ketiga.

Workshop ini dirancang untuk membantu UMKM agar mampu secara mandiri mulai dari proses penilaian kesiapan ekspor, proses perizinan, prosedur ekspor sampai ke mancanegara, mencari buyer luar negeri, serta mampu untuk menghasilkan dan mengembangkan diversifikasi produk ekspor. Kegiatan dilaksanakan di Naruna Ceramic Salatiga pada tanggal 5-6 Oktober 2024. Pelatihan diikuti oleh 5 mitra UMKM (Jahe Isna dan Sumber Rejeki Rotan), 5 tim dosen, serta dibantu oleh 5 orang mahasiswa dalam mendampingi mitra. Selaku pembicara atau trainer dalam kegiatan ini adalah praktisi ekspor sekaligus trainer ekspor dari Naruna Ceramic yang telah berpengalaman dalam mendampingi dan melakukan ekspor produk-produk nya. Selama 2 hari kegiatan, peserta diberikan tambahan wawasan mengenai inovasi produk untuk menembus pasar ekspor, standarisasi produk ekspor, membangun SDM tangguh dan militan, modal sedikit hasil melimpah, membuat legalitas perusahaan, mencari pemasok, mencari buyer dengan cara *offline* dan *online*, menentukan harga ekspor, macam transaksi, metode pembayaran, dan skema penawaran, teknis pengiriman dengan udara dan laut, ekspor korespondensi email dan *follow up buyer*. Dokumentasi kegiatan *workshop* disajikan pada [Gambar 3](#).

Peserta diberikan wawasan bahwa produk yang akan ditawarkan harus dikemas atau dibuat sesuai dengan kebutuhan *buyer* agar tertarik. Misalnya jika target penjualan produk jahe adalah restoran di luar negeri, maka jahe harus dikemas misalnya dalam bantuk bubuk supaya lebih awet, maupun dalam kemasan kaleng kedap udara dalam satuan kilogram. Demikian juga untuk kerajinan tangan rotan; diversifikasi produk anyaman rotan juga dapat dikembangkan. Tidak hanya rotan, produk-produk anyaman yang berasal dari kertas ataupun bambu juga dapat menjadi salah satu solusi dalam pengembangan diversifikasi produk mitra untuk menargetkan pasar ekspor. Produk ekspor dilengkapi dengan berbagai legalitas produk sebelum dikirim, sehingga perlu dilakukan uji terhadap kualitas produk supaya sesuai standar kualitas makanan di negara *buyer*. Selain itu, peserta dibekali ilmu bagaimana membangun SDM yang terampil dan kompeten guna mendukung kegiatan ekspor mereka. Semua anggota dalam UMKM harus kompak dan bekerja sama dengan baik. Demikian pula, manajer harus mampu mengatur dan mengayomi anggota tim nya demi kelancaran usaha. Seorang wirausahawan harus berpikir kreatif, mau belajar, pantang menyerah, disiplin, berempati, antusias dalam bekerja, cepat beradaptasi, jujur, berkomitmen, sabar dan tekun, bertanggung jawab, dan berani mengambil risiko.



Gambar 3. Kegiatan *Workshop*

Dalam upaya mencari pemasok beberapa hal yang dapat dilakukan: 1) menentukan produk yang akan diekspor. 2) mencari sentra produk. 3) survey lokasi. 4) cek sistem pembayaran apakah di muka atau di akhir. 5) proses kontrol kualitas produk apakah sudah baik atau belum. 6) harga. 7) kerja sama jangka panjang. Calon eksportir harus memastikan adanya legalitas perusahaan dan legalitas komoditas yang diekspor. Perusahaan harus berbentuk badan hukum misalnya PT, CV, Firma, dan lain sebagainya. UMKM juga harus memiliki NPWP dan NIB demi kelancaran dokumen-dokumen ekspor dan proses pengiriman barang. Selain itu, produk yang dihasilkan memiliki HS Code sebagai identitas produk yang diakui secara internasional. Pelaku ekspor dapat mengatasi permasalahan modal dengan mengajukan kredit yang disediakan oleh pemerintah maupun perbankan untuk mendukung kegiatan ekspor. UMKM dapat memilih *buyer* yang menggunakan metode pembayaran di muka sehingga mereka tidak perlu memikirkan modal untuk usaha mereka. Metode pembayaran dan pengiriman barang dapat dilakukan melalui beberapa opsi yang dapat dipilih. Seperti: 1) *ex works* dimana eksportir memastikan importir mendapatkan produk yang dipesan dan semua biaya kirim dan risiko pengiriman ditanggung importir (Pakpahan, 2022). 2) FOB, dimana eksportir hanya menanggung biaya pengiriman hingga sampai di pelabuhan (Rakhman et al., 2022). 3) CFR, dimana eksportir menanggung dan mengatur biaya serta bea cukai hingga ke pelabuhan tujuan importir. 4) CIF, metode pembayaran ini mirip dengan CFR, hanya saja ditambah dengan biaya asuransi (Excel, 2023).

Dalam menentukan harga, peserta juga dianjurkan untuk menghitung semua biaya yang terlibat dalam kegiatan produksi. Seperti biaya material, tenaga kerja langsung dan tidak langsung, biaya *overhead*, biaya promosi, THR, potensi cacat, diskon, biaya tes dan perizinan produk, biaya pengiriman, hingga profit yang diinginkan. Jangan sampai keliru dalam mencantumkan dan menghitung harga produk supaya tidak merugi. Peserta sangat antusias dan bersemangat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan ini. Setiap peserta didampingi oleh dosen, mahasiswa, dan praktisi dalam kegiatan *workshop*; contohnya dalam mencari *buyer* secara *online* dan *offline* menggunakan berbagai media seperti *Trademap*, *LinkedIn*, *Instagram*, dan *Facebook*. Hingga akhirnya dapat memperoleh data calon *buyer* seperti pada Gambar 4. Peserta awalnya masih belum memiliki gambaran jelas tentang bagaimana mencari *buyer* dari luar negeri. Setelah mendapatkan pengetahuan dan mempraktikkan langsung bagaimana mencari *buyer*, mitra dapat mencari sendiri data calon *buyer* menawarkan produknya. Kegiatan pencarian *buyer* potensial dan riset *buyer* yang *trusted* penting guna memastikan ada *buyer* yang akan membeli produk, sehingga kegiatan ekspor dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Selain itu, untuk memastikan kontinuitas kegiatan ekspor dan bagaimana menjalin komunikasi serta menjaga hubungan bisnis dengan *buyer* melalui komunikasi via *email*.

Keberhasilan kegiatan *workshop* ini diukur dengan cara mengkonfirmasi pemahaman peserta melalui tanya jawab dan diskusi pada akhir sesi setiap materi. Tingkat pemahaman peserta dapat dilihat dari hasil praktik yang dilakukan apakah sudah sesuai dengan tugas yang diberikan pada setiap sesi. Misalnya, pada sesi pelatihan mencari *buyer* dari luar negeri, awalnya UMKM masih bingung bagaimana cara mencari *buyer* potensial dari luar negeri. Namun, setelah diberikan pelatihan dan mempraktikkan langsung cara mencari *buyer* potensial, mereka dapat memperoleh daftar *buyer* potensial mereka seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Contoh Luaran Kegiatan *Workshop* Kesiapan Ekspor

NO	NAMA PERUSAHAAN	NEGARA	JAM PENGIRIMAN	PIC	WEBSITE	EMAIL
1	Abdul Allah Al Twajari And Nasser Al Madhi Company (Madina Co For Import And Trading) - Abdul Allah Al Twajari And Nasser Al Madhi Company	Arab Saudi		Sheikh Abdullah Abdul Muhsin Al Tweigri (Managing Partner)	https://www.madina-co.com	business@madinafoods-co.com
2	ABDULKADER AL MUHAIDIB AND SONS CO	Arab Saudi		Essam A K Al Muhaidib (Chief Executive Officer)	https://www.muhaidib.com	info@muhaidib.com
3	ABDUL KHALIQ SAEED FOR TRADE & INDUSTRY CO LTD	Arab Saudi		Abdul Khaliq Mohammed Saeed (Chairman)	https://www.aksaeedgroup.net	info@aksaeedgroup.net
4	ABDULLAH ABBAR AND AHMED ZAINY COMPANY	Arab Saudi		Abdullah Mahmoud Abbar (Managing Partner)	https://www.lavty.com	golavty@gmail.com
5	Ahmed Abed For Food And Yeast Powder Factory - Bakemate - Ahmed Abed Factory	Arab Saudi		Ahmed Abdulwahab Abed	https://www.aaabed.com	info@aaabed.com
6	AJWA FOR FOOD INDUSTRIES GROUP HOLDING COMPANY LIMITED	Arab Saudi	Jam 05.00	Mohannad Al Towajiri (Managing Director)	https://www.ajwagroup.com	oroubamail@orouba.ajwa.com
7	Ahmed Mohammed Saleh Ba-Eshen & Partners Tea Manufacturing Co - Ahmed Mohammed Saleh Baeshan Co Tea Industries	Arab Saudi		Ahmed Abu Bakr Baeshen	https://www.baeshen.com	https://www.baeshen.com
8	Abdulrahman Algosaiibi General Trading Company - Gtc	Arab Saudi		Mohammad Ali Hammad (Chief Executive Officer)	https://www.aralgosaibico.com	info@aralgosaibico.com
9	TACTICAL STORE TRADE EST	Arab Saudi		Mohammed Zobaidi (General Manager)	https://www.tactical.sa	admin@tactical.sa
10	Alkhair Trading Office Company Limited	Arab Saudi		Mr. Alaa Bashanfar (Business Development Manager)	http://www.alkhair.sa	info@alkhair.sa
11	ADMA SHAMRAN TRADING CO	Arab Saudi		Saad Abdul Ghani Al Shamran (Managing Director, General Manager)	https://www.admashamran.com	info@admashamran.com

Penguatan kompetensi UMKM juga dapat terlihat dari diperolehnya sertifikat uji lab informasi gizi bagi UMKM Jahe Isna yang sebelumnya belum ada. Diversifikasi produk Jahe Isna dapat mengembangkan produk jahe bubuk murni yang banyak diminati di manca negara. Sedangkan untuk Sumber Rejeki Rotan dapat membuat produk beragam bentuk dan warna sesuai pesanan dengan menggunakan alat kompresor yang diberikan.

Luaran kegiatan penguatan kompetensi dan pengembangan diversifikasi produk yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disajikan secara lebih detail dalam Gambar 4. Melalui berbagai peningkatan yang telah dilakukan ini, UMKM dapat lebih mandiri dan berkembang positif. Baik dari segi penerapan sistem informasi berbasis teknologi digital ataupun teknologi untuk meningkatkan produktivitas. Sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan daya saing produk UMKM di kancah dunia.



Gambar 4. Luaran Kegiatan Penguatan Kompetensi dan Pengembangan Diversifikasi Produk

4. Kesimpulan

CV. Isna Makmur dan Sumber Rejeki Rotan adalah UMKM di Jawa Tengah yang memiliki potensi ekspor. Namun masih belum mampu melakukan ekspor secara mandiri dan masih tergantung pada pihak ketiga. Oleh karena itu, tim PkM berinisiatif membantu UMKM agar mampu secara mandiri mulai dari proses penilaian kesiapan ekspor, proses perizinan, prosedur ekspor sampai ke mancanegara, mencari *buyer* luar negeri, serta mampu untuk menghasilkan dan mengembangkan diversifikasi produk ekspor melalui kegiatan *workshop*. Selama 2 hari kegiatan peserta diberikan tambahan wawasan tentang inovasi produk untuk menembus pasar ekspor, standardisasi produk ekspor, membangun SDM yang tangguh, mengelola modal yang dimiliki agar memperoleh keuntungan yang optimal, membuat legalitas perusahaan, menentukan dan mencari pemasok, mencari *buyer* dengan cara *offline* dan *online*, menentukan harga ekspor, macam transaksi, metode pembayaran, dan skema penawaran, teknis pengiriman dengan udara dan laut, ekspor korespondensi email dan *follow up buyer*. Peserta sangat antusias dan bersemangat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan ini sebagai upaya peningkatan mutu dan komoditi ekspor dari hasil produksi UMKM.

Keberhasilan kegiatan *workshop* ini diukur dengan cara selalu mengkonfirmasi pemahaman peserta melalui tanya jawab dan diskusi pada akhir sesi setiap materi. Tingkat pemahaman peserta juga dapat dilihat dari hasil praktik yang mereka lakukan apakah sudah sesuai dengan tugas yang diberikan pada setiap sesi. Melalui *workshop* ini diharapkan UMKM mampu melakukan ekspor secara mandiri dan tidak lagi tergantung pada pihak ketiga.

Acknowledgement

Terima kasih kepada Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi karena atas program Inovokasi 2024 yang diberikan, kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Pustaka

- Arifin, R., Ningsih, A. A. T., & Putri, A. K. (2021). The Important Role of MSMEs in Improving The Economy. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(6), 52–59.
- Carrasco, C. A., & Tovar-Garcia, E. D. (2021). Trade and growth in developing countries: the role of export composition, import composition and export diversification. *Economic Change and Restructuring*, 54(4), 919–941.
- Catriana, E., & Sukmana, Y. (2020). 3 Tantangan Utama yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi Covid-19. Kompas.Com.
- Excel, M. T. (2023). Penerapan Kebijakan Cost, Insurance And Freight Pada Komoditi Ekspor Indonesia. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/41108/1/HalamanJudul.pdf>
- Firmansyah, A., & Arham, A. (2021). Strategi Peningkatan Ekspor Umkm Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Media Mahardhika*, 20(1), 50–68. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i1.300>
- Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). Analisis Pengaruh Ekspor dan Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(1), 53–62.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Ekon.Go.Id Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Lisnawati. (2023). Tantangan UMKM Di Tahun 2024. Isu Sepekan Bidang Ekkuinbang, Komisi VI DPR RI, 1–2. [https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf](https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf)
- Nasution, D. D., & Zuraya, N. (2022). *Lepas Ekspor Garmen ke 20 Negara, Zulhas: Industri Tekstil Mulai Bangkit*. Ekonomi. Republika.Com.
- Ngatikoh, S., & Isti'anah. (2020). Pengaruh Ekspor Impor Bagi Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(2), 97–110.
- Pakpahan, M. (2022). *Penerimaan Dan Keuntungan Ekspor Keripik Tempe Cv Panda Alami Ke Korea Selatan*. Politeknik Negeri Lampung.
- Rakhman, R. A., Nofandi, F., & Sianturi, I. (2022). Pengambilan Keputusan Tentang Incoterms 2020 Dalam Perdagangan Internasional Coconut Product. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(4).
- Rozani, A., & Huda, N. (2022). Keunggulan ekspor antar negara dan daya saing produk UMKM Indonesia dengan Pendekatan Gravity Model. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v11i1.17109>
- Trinh, P. T. T., & Thuy, H. T. T. (2021). Export diversification and economic growth: A threshold regression approach for emerging markets and developing countries. *Economic Journal of Emerging Markets*, 188–199.
- Waluyo, D. (2024). UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis. Indonesia. Go.Id Portal Informasi Indonesia.