

Penyuluhan Ekspor sebagai Strategi Peningkatan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Kota Bogor di Pasar Global

Leli Suryani¹, Indra Iman Sumantri^{2*}

^{1,2}Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

*e-mail: imansumantri.indra@unpam.ac.id

Abstrak

UMKM di Kota Bogor memiliki peran strategis dalam penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi daerah, dengan potensi besar untuk mengembangkan pasar internasional. Namun, realitas menunjukkan mayoritas UMKM masih terbatas pada pasar domestik. Penelitian ini mengidentifikasi berbagai kendala mendasar yang menghambat ekspor, meliputi: (1) Kendala Pengetahuan Teknis, seperti minimnya pemahaman tentang prosedur ekspor, regulasi internasional, standar kualitas, pengemasan, dan strategi pemasaran global; (2) Kendala Sumber Daya Manusia, yaitu pola pikir yang kurang berkembang, rendahnya kemampuan berpikir kritis, keterbatasan jejaring, serta ketidaktahuan akan preferensi konsumen di pasar tujuan; dan (3) Kendala Sumber Daya dan Dukungan, termasuk keterbatasan modal, literasi teknologi, biaya operasional, serta dukungan pemerintah yang belum optimal, khususnya dalam hal penyediaan informasi praktis dan narasumber yang relevan. Penyuluhan yang efektif harus dirancang dengan pendekatan gabungan teori dan praktik, menghadirkan praktisi berpengalaman, serta mencakup materi komprehensif seperti prosedur ekspor, pemasaran digital, sertifikasi, pengelolaan keuangan, dan penetapan harga kompetitif. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai wahana pemberdayaan untuk memperkuat mindset, komitmen, dan daya juang pelaku usaha. Dengan demikian, penyuluhan yang terstruktur dan praktis diharapkan dapat meningkatkan kapasitas UMKM Kota Bogor untuk menembus pasar global, memperluas jaringan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Kata Kunci: Penyuluhan Ekspor; Pasar Internasional; Kendala Ekspor; Pemberdayaan UMKM

Abstract

MSMEs in Bogor City play a strategic role in job creation and regional economic growth, with significant potential to develop international markets. However, reality shows that the majority of MSMEs are still limited to the domestic market. This research identifies various fundamental obstacles hindering exports, including: (1) Technical Knowledge Constraints, such as a lack of understanding of export procedures, international regulations, quality standards, packaging, and global marketing strategies; (2) Human Resource Constraints, namely an underdeveloped mindset, low critical thinking skills, limited networking, and a lack of knowledge about consumer preferences in target markets; and (3) Resource and Support Constraints, including limited capital, technological literacy, operational costs, and suboptimal government support, particularly in providing practical information and relevant resource persons. Effective extension must be designed with a combined theory-and-practice approach, involving experienced practitioners, and covering comprehensive materials such as export procedures, digital marketing, certification, financial management, and competitive pricing. This program functions not only as knowledge transfer but also as an empowerment vehicle to strengthen the mindset, commitment, and resilience of business actors. Thus, structured and practical extension is expected to enhance the capacity of Bogor City's MSMEs to penetrate global markets, expand business networks, increase revenue, and create long-term business sustainability.

Keywords: Export Extension; International Market; Export Constraints; MSME Empowerment

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Di Kota Bogor, UMKM berperan signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Sektorsektor usaha seperti kuliner, kerajinan tangan, fashion, dan produk lokal lainnya menunjukkan potensi yang besar untuk dikembangkan, bahkan hingga ke pasar internasional. Namun, kenyataannya, sebagian besar UMKM masih beroperasi terbatas pada pasar domestik. Hal ini terutama disebabkan oleh kurangnya pemahaman terkait prosedur ekspor, regulasi perdagangan internasional, standar kualitas produk, pengemasan, branding, dan strategi pemasaran global. Akibatnya, peluang untuk memperluas jaringan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan bersaing di pasar internasional menjadi sangat terbatas.

Kendala lain yang sering dihadapi UMKM adalah keterbatasan modal, biaya operasional yang rendah, rendahnya literasi teknologi, serta waktu tunggu yang panjang dalam pengurusan dokumen ekspor. Faktor eksternal lainnya termasuk minimnya dukungan pemerintah dalam mekanisme pemasaran dan penyediaan informasi praktis. Sering kali penyuluhan yang diselenggarakan menghadirkan narasumber akademisi yang kurang memiliki pengalaman langsung di lapangan. Kondisi ini membuat materi penyuluhan kurang relevan dengan praktik nyata UMKM dan tidak mampu meningkatkan kemampuan mereka secara signifikan dalam menghadapi proses ekspor.

Menghadapi berbagai kendala tersebut, penyuluhan ekspor yang efektif harus disusun secara menyeluruh, dengan pendekatan yang memadukan teori dan praktik. Program penyuluhan sebaiknya menghadirkan praktisi berpengalaman yang memahami dinamika ekspor, sehingga materi yang disampaikan dapat langsung diterapkan oleh UMKM. Selain itu, materi harus mencakup pemahaman tentang prosedur ekspor, strategi pemasaran digital, sertifikasi produk, pengelolaan keuangan, pengemasan, dan penetapan harga yang kompetitif. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis UMKM, tetapi juga memperkuat mindset, komitmen, dan daya juang pengusaha dalam menghadapi persaingan global.

Dengan demikian, penyuluhan ekspor bukan hanya sarana transfer pengetahuan, tetapi juga merupakan bentuk pemberdayaan UMKM secara holistik. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas UMKM Kota Bogor untuk menembus pasar internasional, memperluas jaringan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Melalui pelatihan yang terstruktur, praktis, dan aplikatif, UMKM dapat lebih siap bersaing di pasar global sekaligus memperkuat ekonomi lokal dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan di Kota Bogor.

2. METODE PELAKSANAAN

Program penyuluhan dan pelatihan ini dirancang dengan pendekatan partisipatifinteraktif yang berfokus pada kebutuhan spesifik UMKM Kota Bogor. Desain program mengintegrasikan teori kapasitas (capacity building) dan transfer pengetahuan (knowledge transfer) untuk memastikan peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam praktik ekspor. Program dilaksanakan dalam format hybrid (luring dan daring) untuk menjangkau lebih banyak peserta dan memfasilitasi fleksibilitas.

Materi pelatihan dikembangkan berdasarkan analisis kebutuhan UMKM Kota Bogor dan mencakup modul berikut. Prosedur Ekspor dan Regulasi Pembahasan mendalam tentang dokumen ekspor (commercial invoice, packing list, certificate of origin), proses kepabeanan, dan persyaratan sertifikasi internasional (ISO, HALAL, SNI). Pengembangan Mindset Kewirausahaan Sesi motivasi dan pengembangan kemampuan adaptasi, negosiasi, serta resilience dalam menghadapi pasar global.

Setiap modul dilengkapi dengan studi kasus nyata dari UMKM Bogor yang telah berhasil ekspor. Peserta melakukan praktik pengisian dokumen ekspor dan negosiasi dengan buyer internasional melalui roleplay. Setelah pelatihan, peserta mendapatkan pendampingan selama 3 bulan melalui grup konsultasi dengan mentor ahli dan praktisi. Studi banding ke pelabuhan atau perusahaan ekspor untuk melihat langsung proses ekspor. Dosen dan peneliti dari Universitas Pamulang berpengalaman dalam studi dan seorang eksportir. Kolaborasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor untuk menyediakan sumber daya dan fasilitas. Keberhasilan program diukur melalui:

- a. Pretest dan Posttest: Untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta.
- b. Feedback Kuesioner: Menilai kepuasan peserta terhadap materi dan narasumber.
- c. Monitoring Implementasi: Pelacakan jumlah peserta yang mulai melakukan ekspor atau mengajukan sertifikasi dalam 6 bulan pascapelatihan.
- d. Wawancara Mendalam: Dengan peserta untuk mengukur perubahan mindset dan kemampuan adaptasi.

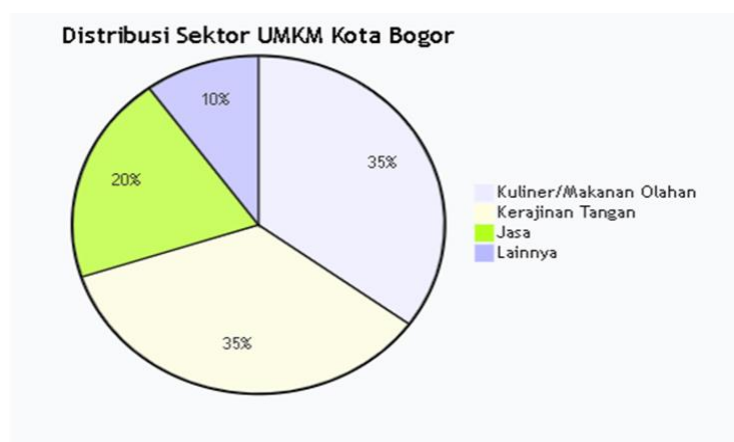
1. Waktu dan Lokasi

- a. Hari / Tanggal : Selasa, 12 Oktober 2025
- b. Pembukaan Pukul : 08.00 s/d selesai
- c. Tempat : Mega Hotel & Resort, Jl. Raya Puncak Gadog No.Km.75, Cipayung Datar, Kec. Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16770

Sasaran: 50 UMKM lokal dari sektor makanan, kerajinan, dan fashion Kriteria Pelaku UMKM Kota Bogor yang telah memiliki produk jadi dan menunjukkan minat untuk ekspor.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Program ini tidak hanya dirancang untuk transfer pengetahuan tetapi juga untuk membangun ekosistem pendukung ekspor yang berkelanjutan bagi UMKM Kota Bogor. Jumlah total UMKM di Kota Bogor adalah 11.509 unit, menurut data BPS Jabar per tahun 2023. Angka ini mencakup industri mikro dan kecil yang tersebar di seluruh kota. Bogor Selatan: 2.154 UMKM, Bogor Timur: 1.077 UMKM, Bogor Tengah: 2.258 UMKM, Bogor Barat: 1.780 UMKM lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Distribusi Sektor UMKM Kota Bogor

Program penyuluhan dan pelatihan ini dirancang dengan pendekatan partisipatifinteraktif yang berfokus pada kebutuhan spesifik UMKM Kota Bogor. Desain program mengintegrasikan teori kapasitas (capacity building) dan transfer pengetahuan (knowledge transfer) untuk memastikan peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam praktik ekspor. Integrasi dari kelima teori ini memberikan kerangka teoretis yang kokoh. Penyuluhan ekspor tidak hanya membangun capacity (Teori 1) melalui knowledge transfer (Teori 2), tetapi juga diarahkan untuk mencapai competitive advantage (Teori 3) dengan memanfaatkan dan menciptakan resources yang unggul (Teori 4), serta didesain untuk mengubah mindset dan niat berperilaku ekspor (Teori 5). Pendekatan multiteori ini sangat sesuai untuk mengatasi tantangan UMKM Bogor yang kompleks dan multidimensi. Program dilaksanakan dalam format hybrid (luring dan daring) untuk menjangkau lebih banyak peserta dan memfasilitasi fleksibilitas. Materi pelatihan dikembangkan berdasarkan analisis kebutuhan UMKM Kota Bogor dan mencakup modul, Pembahasan mendalam tentang dokumen ekspor (commercial invoice, packing list, certificate of origin), proses kepabeanan, dan persyaratan sertifikasi internasional (ISO, HALAL, SNI). Sesi motivasi dan pengembangan kemampuan adaptasi, negosiasi, serta resilience dalam menghadapi pasar global.

Pelaksanaan Waktu dan Lokasi

- a. Hari / Tanggal : Selasa, 12 Oktober 2025
- b. Pembukaan Pukul : 08.00 s/d selesai
- c. Tempat : Mega Hotel & Resort, Jl. Raya Puncak Gadog No.Km.75, Cipayung Datar, Kec. Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16770

Setiap modul dilengkapi dengan studi kasus nyata dari UMKM Bogor yang telah berhasil ekspor. Peserta melakukan praktik pengisian dokumen ekspor dan negosiasi dengan buyer internasional melalui roleplay.

Strategi Penyuluhan:

- a. Pelatihan Berjenjang:
- b. Level Dasar: prosedur ekspor
- c. Level Lanjut: negosiasi, marketing digital ekspor
- d. Level Master: strategi ekspor berkelanjutan

Setelah pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan selama 3 bulan melalui grup konsultasi dengan mentor ahli dan praktisi. Pendampingan oleh eksportir sukses Bogor Kunjungan ke pelabuhan/bandara ekspor. Pendampingan pada pameran internasional virtual/nyata. Simulasi pembuatan dokumen ekspor. Studi banding ke pelabuhan atau perusahaan ekspor untuk melihat langsung proses ekspor. Dosen dan peneliti dari Universitas Pamulang berpengalaman dalam studi dan seorang eksportir. Kolaborasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor untuk menyediakan sumber daya dan fasilitas.

Penyuluhan dan pelatihan yang diberikan kepada 50 UMKM lokal dari sektor makanan, kerajinan, dan fashion. Kriteria Pelaku UMKM Kota Bogor yang telah memiliki produk jadi dan menunjukkan minat untuk ekspor. Model Program Penyuluhan Ekspor UMKM Kota Bogor : Fase 1: Pemetaan dan klasifikasi UMKM siap ekspor, Fase 2: Pelatihan intensif + konsultasi individu, Fase 3: Pendampingan real ekspor pertama, Fase 4: Evaluasi dan scaling up. Selanjutnya, mensupport dukungan Sistem: SIE (Sistem Informasi Ekspor) Kota Bogor, Export Helpdesk di setiap kecamatan, Kerjasama dengan Kemendag, Bea Cukai, Kemenkop UKM. Dengan penyuluhan dan pelatihan terhadap UMKM tersebut diharapkan, ada peningkatan kemampuan dan kapasitas dari UMKM dengan Indikator Keberhasilan: Peningkatan 40% UMKM yang paham prosedur ekspor, 25% peserta mulai ekspor dalam 1 tahun, Peningkatan nilai ekspor UMKM Bogor minimal 30%. Adanya Diversitas produk ekspor UMKM Bogor mencerminkan kekayaan sumber daya lokal dan kreativitas pengusahanya.

Produk-produk unggulan yang berhasil menembus pasar internasional antara lain, Produk Makanan Sehat dan Olahan, Seperti tempe dalam berbagai varian bentuk dan rasa yang diekspor ke beberapa negara Asia dan Australia, serta keripik (misalnya, keripik buah salak, keripik pisang, dan keripik singkong) yang telah memenuhi standar kemasan dan keamanan pangan. Produk Kerajinan (Handicraft), Terutama keramik dan gerabah dengan motif khas Bogor (Sundawi) serta produk anyaman yang diekspor ke pasar Eropa dan Amerika. Produk Fashion dan Alas Kaki: Industri alas kaki (sepatu dan sandal kulit serta kanvas) dan produk fashion berbahan dasar sutra telah mulai dikenal di pasar regional ASEAN.

4. KESIMPULAN

Penyuluhan ekspor yang terstruktur dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Memberikan pemahaman tentang prosedur dan regulasi ekspor. Meningkatkan keterampilan UMKM dalam mengelola ekspor produk. Membantu UMKM mengidentifikasi peluang pasar internasional. Pendekatan dari hulu ke hilir dengan pendampingan berkelanjutan. terhadap UMKM tersebut diharapkan, ada peningkatan kemampuan dan kapasitas dari UMKM dengan Indikator Keberhasilan: Peningkatan 40% UMKM yang paham prosedur ekspor, 25% peserta mulai ekspor dalam 1 tahun, Peningkatan nilai ekspor UMKM Bogor minimal 30%. Adanya Diversitas produk ekspor UMKM Bogor mencerminkan kekayaan sumber daya lokal dan kreativitas pengusahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179-211.
- [2] Aprilianto, R., & Nurfadila, N. (2022). Peran strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia: Tinjauan literatur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *15*(1), 45-60.
- [3] Badan Pusat Statistik Kota Bogor. (2024). *Statistik ekspor-impor Kota Bogor 2023*. BPS Kota Bogor.
- [4] Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99-120.
- [5] Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bogor. (2022). Profil data UMKM Kota Bogor tahun 2022. Pemerintah Kota Bogor.
- [6] Dinas Koperasi, UKM Kota Bogor. (2023). Laporan tahunan perkembangan UMKM Kota Bogor tahun 2023. Pemerintah Kota Bogor.
- [7] DPRD Kota Bogor. (2023). Risalah rapat dengar pendapat umum (RDPU) dengan dinas terkait tentang peningkatan ekspor UMKM Kota Bogor. Sekretariat DPRD Kota Bogor.
- [8] Goodman, L. W., & Mayer, C. (2018). Homeownership and the American Dream. *Journal of Economic Perspectives*, *32*(1), 31-58.
- [9] Guan, X., & Reinecke, K. (2021). The impact of cultural differences on export success of SMEs: A case study approach. *Journal of International Business and Economics*, *9*(2), 78-95.
- [10] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Laporan kinerja tahun 2022: Akselerasi daya saing UMKM Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- [11] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Pedoman praktis prosedur ekspor untuk UMKM. Kementerian Perdagangan RI.
- [12] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- [13] Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2006). SME internationalization and performance: Growth vs. profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, *4*(1), 27-48.
- [14] OECD. (2018). Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity and inclusive growth: OECD 2018. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264302917-en>
- [15] Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

- [16] Putra, A. S., & Wibowo, B. (2020). Effectiveness of export assistance programs for SMEs: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Journal of Asia Business Studies*, *14*(5), 687-706. <https://doi.org/10.1108/JABS-03-2019-0086>
- [17] Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Sekretariat Negara.
- [18] Sari, M., & Pratama, I. (2021). Analisis potensi ekspor pada UMKM sektor kuliner dan kerajinan di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *8*(2), 112-125.
- [19] Suryani, E. (2024). Mentalitas kewirausahaan dan kinerja ekspor UMKM: Sebuah studi fenomenologi. Penerbit Universitas Indonesia.
- [20] Tambunan, T. T. H. (2019). UMKM di Indonesia. Ghalia Indonesia.
- [21] Wach, K. (2020). The impact of internationalisation on the performance of SMEs: Evidence from Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, *8*(3), 167-182. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080310>
- [22] World Bank. (2020). World development report 2020: Trading for development in the age of global value chains. The World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1457-0>