

Penguatan Kesiapan Ekspor UMKM Melalui Pelatihan Riset Pasar Global

Eva Yuniarti Utami¹, Dama Yuninata², Novi Ria Rahmawati³, Wahyu Agung Setyo⁴, Rohmawan Adi Pratama⁵, Beekti Utomo⁶, Merlin Swantamalo Magna⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret

*Corresponding author

E-mail: eva.yuniarti.utami@staff.uns.ac.id (Eva Yuniarti Utami)*

Article History:

Received: Juni, 2026

Revised: Juni, 2026

Accepted: Juni, 2026

Abstract: *Pengabdian masyarakat ini berfokus pada penguatan kesiapan awal ekspor pelaku UMKM melalui pelatihan riset pasar global pada hari pertama program Pelatihan UMKM Siap Ekspor di Ruang Garena, Solo Techno Park, 2 Juni 2026. Kegiatan bertujuan meningkatkan pemahaman UMKM mengenai konsep dasar ekspor, penentuan negara tujuan ekspor, product-market fit, HS Code, serta penggunaan data perdagangan untuk membaca peluang pasar. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif berbasis action learning, diskusi kasus produk peserta, pretest, dan posttest. Subjek kegiatan adalah 30 pelaku UMKM dari sektor kerajinan, kuliner, fashion, agribisnis, dan jasa. Hasil olah data menunjukkan nilai rata-rata meningkat dari 87,83 pada pretest (n=30) menjadi 99,31 pada posttest (n=29), dengan kenaikan 11,48 poin. Temuan ini menunjukkan pelatihan hari pertama efektif memperkuat literasi awal ekspor dan kesiapan peserta untuk melanjutkan pendampingan teknis.*

Keywords:

Ekspor; HS Code; Pengabdian Masyarakat; Riset Pasar; UMKM

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aktor penting dalam struktur ekonomi Indonesia. Data Kamar Dagang dan Industri Indonesia menyebutkan bahwa UMKM mendominasi 99% unit usaha nasional, sedangkan data Kementerian UMKM yang dihimpun Kadin menunjukkan terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM tercatat hingga 31 Desember 2024. Meskipun demikian, penguatan daya saing UMKM tidak cukup berhenti pada kemampuan bertahan di pasar domestik, tetapi juga perlu diarahkan pada perluasan akses pasar global melalui peningkatan literasi ekspor, pemenuhan standar, dan kemampuan membaca peluang negara tujuan ekspor (Kadin Indonesia, 2024).

Kementerian UMKM menempatkan keterbatasan akses pasar domestik dan global sebagai salah satu isu strategis pemberdayaan UMKM. Arah kebijakan yang ditawarkan antara lain fasilitasi pemenuhan sertifikasi berstandar internasional serta *business matching* untuk mendorong keterlibatan UMKM dalam rantai pasok dan kontribusi terhadap aktivitas ekspor (Kementerian UMKM Republik Indonesia, 2026). Oleh karena itu, pelatihan ekspor bagi UMKM perlu disusun secara bertahap, dimulai dari pemahaman konsep dasar ekspor, penentuan negara tujuan ekspor (NTE), pemetaan kebutuhan pasar, dan pemahaman awal mengenai klasifikasi produk.

Dalam praktik perdagangan internasional, kemampuan memilih pasar tidak dapat hanya mengandalkan intuisi. Pelaku UMKM perlu memahami ukuran pasar, daya beli, karakter demografis, tren impor, kompetitor, tarif, serta persyaratan akses pasar. International Trade Centre (ITC) menyediakan Trade Map sebagai alat untuk membaca indikator kinerja ekspor, permintaan internasional, alternatif pasar, pasar kompetitif, serta direktori perusahaan importir dan eksportir. Selain itu, Market Access Map dapat digunakan untuk membandingkan tarif bea masuk, persyaratan akses pasar, dan rezim preferensi yang berlaku pada suatu negara tujuan (International Trade Centre, 2026a, 2026b).

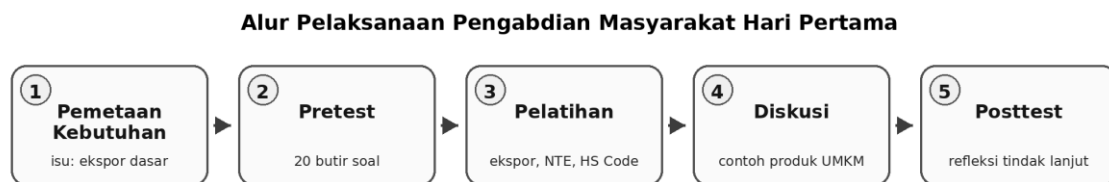
Aspek lain yang penting dalam kesiapan awal ekspor adalah pemahaman *Harmonized System (HS) Code*. World Customs Organization menjelaskan bahwa HS merupakan nomenklatur barang yang disusun berdasarkan *International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System*. Di tingkat ASEAN, sistem ini diturunkan dalam *ASEAN Harmonised Tariff Nomenclature (AHTN)* untuk harmonisasi klasifikasi tarif. Ketepatan klasifikasi produk menjadi penting karena berkaitan dengan tarif, dokumen, kepabeanan, dan persyaratan teknis di negara tujuan (ASEAN Trade Repository, 2026; World Customs Organization, 2022).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, Program Studi Diploma Tiga Manajemen Perdagangan dan Sarjana Terapan Manajemen Perdagangan Internasional Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Masyarakat bertajuk “Pelatihan UMKM Siap Ekspor”. Program berlangsung selama tiga hari pada 2-4 Juni 2026 di Ruang Garena, Solo Techno Park. Artikel ini secara khusus membahas pembahasan pada hari pertama, yaitu sesi pengenalan bisnis ekspor dan identifikasi potensi pasar global yang disampaikan oleh Eva Yuniarti Utami, S.Pt., S.M., M.B.A. Fokus hari pertama dipilih karena menjadi fondasi kognitif sebelum peserta mengikuti materi lanjutan mengenai kesiapan produk, pencarian buyer, serta penghitungan biaya dan harga ekspor.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif berbasis *action learning*. Pendekatan tersebut dipilih karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga diajak mengaitkan konsep ekspor dengan kondisi produk masing-masing. Subjek pengabdian adalah 30 pelaku UMKM dari berbagai daerah dan sektor usaha, antara lain kerajinan tangan, kuliner, fashion, agribisnis, dan jasa. Kegiatan hari pertama dilaksanakan pada 2 Juni 2026 di Ruang Garena, Solo Techno Park, Surakarta.

Perencanaan kegiatan dilakukan dengan memetakan kebutuhan awal UMKM terhadap pemahaman ekspor dasar. Kebutuhan tersebut meliputi pemahaman peluang ekspor, dokumen dasar seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), penentuan negara tujuan ekspor, penggunaan data perdagangan, pemahaman HS Code, dan pengenalan alat bantu seperti Trade Map dan Market Access Map. Dalam pelaksanaannya, peserta dilibatkan melalui *pretest*, pemaparan materi, diskusi kasus produk, tanya jawab, *posttest*, dan refleksi tindak lanjut.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan dan Evaluasi Kegiatan Hari Pertama

Sumber: Diolah penulis berdasarkan rancangan kegiatan pengabdian masyarakat (2026)

Instrumen evaluasi menggunakan *pretest* dan *posttest* yang terdiri atas 20 butir pertanyaan pilihan ganda. Materi yang diukur mencakup definisi ekspor, peluang ekspor bagi UMKM, empat aspek utama ekspor, *country performance*, *market size*, HS Code, AHTN, pemilihan NTE, Trade Map, Market Access Map, dan *intermediary company*. Data dianalisis secara deskriptif dengan menghitung jumlah respons, nilai minimum, maksimum, rata-rata, median, simpangan baku, distribusi kategori nilai, serta tingkat ketepatan jawaban per butir. Karena jumlah respons *posttest* berbeda dari *pretest*, analisis peningkatan disajikan dalam bentuk perbandingan agregat, bukan pelacakan individu.

Hasil

Kegiatan hari pertama diawali dengan penguatan motivasi bahwa ekspor dapat dipelajari secara bertahap oleh UMKM. Narasumber menekankan bahwa

pemahaman ekspor tidak selalu harus dimulai dari pengiriman dalam volume besar, tetapi dari kemampuan membaca peluang produk, memahami negara tujuan, mengidentifikasi buyer potensial, dan menyiapkan legalitas dasar. Peserta memperoleh gambaran bahwa ekspor merupakan kegiatan mengeluarkan barang dari wilayah kepabeanaan Indonesia ke luar negeri, sehingga pengetahuan mengenai dokumen, logistik, klasifikasi produk, dan akses pasar perlu dibangun sejak tahap awal.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta, Narasumber, dan Panitia pada Hari Pertama
Sumber: Dokumentasi kegiatan Pengabdian Masyarakat Manajemen Perdagangan
(2026)

Materi inti hari pertama terbagi ke dalam dua bagian. Sesi pertama membahas pengenalan bisnis ekspor, termasuk peluang UMKM, dokumen dasar, dan logika bertahap menuju pasar internasional. Sesi kedua membahas cara mengidentifikasi potensi pasar global. Peserta diperkenalkan pada konsep *product-market fit*, negara tujuan ekspor, pasar tradisional dan non tradisional, *country performance*, market size, age structure, HS Code, AHTN, Trade Map, Market Access Map, serta peran *intermediary company*. Dengan demikian, peserta tidak hanya memperoleh pengantar umum, tetapi juga kerangka berpikir untuk memulai riset pasar berbasis data.



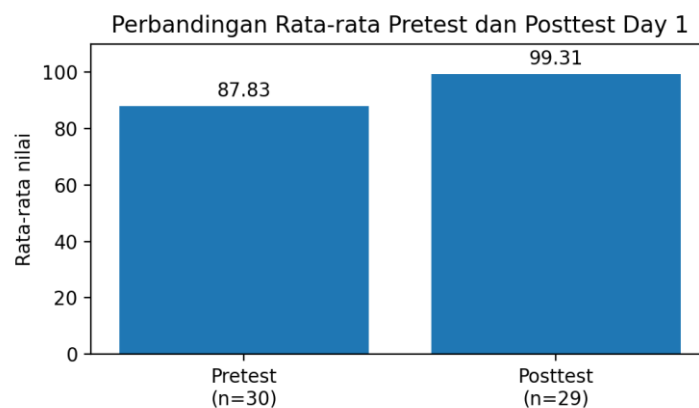
Gambar 3. Pemaparan Materi Pengenalan Ekspor dan Identifikasi Pasar Global
Sumber: Dokumentasi kegiatan Pengabdian Masyarakat Manajemen Perdagangan (2026)

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah pelatihan hari pertama. Nilai rata-rata pretest adalah 87,83 dengan rentang 65-100, sedangkan nilai rata-rata posttest meningkat menjadi 99,31 dengan rentang 95-100. Kenaikan rata-rata sebesar 11,48 poin atau 13,07% menunjukkan bahwa pemaparan materi, diskusi, dan contoh kasus berhasil memperkuat pemahaman peserta. Simpangan baku juga turun dari 10,06 pada pretest menjadi 1,75 pada posttest, yang berarti capaian peserta menjadi lebih merata setelah kegiatan.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Nilai *Pretest* dan *Posttest* Day 1

Instrumen	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Pretest</i>	30	65	100	87.83	10.06
<i>Posttest</i>	29	95	100	99.31	1.75

Sumber: Data pretest dan posttest Day 1, diolah penulis (2026)



Gambar 4. Perbandingan Rata-Rata Nilai *Pretest* dan *Posttest* Day 1
Sumber: Data pretest dan posttest Day 1, diolah penulis (2026)

Jika dilihat dari distribusi kategori, sebelum pelatihan masih terdapat lima respons yang berada pada kategori cukup dan perlu penguatan. Setelah pelatihan, seluruh respons *posttest* berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa materi hari pertama tidak hanya meningkatkan nilai rata-rata, tetapi juga mengurangi kesenjangan pemahaman antarpeserta.

Tabel 2. Distribusi Kategori Nilai *Pretest* dan *Posttest* Day 1

Kategori Nilai	Pretest (n)	Pretest (%)	Posttest (n)	Posttest (%)
Sangat tinggi (90-100)	19	63.33	29	100.00
Tinggi (80-89)	6	20.00	0	0.00
Cukup (70-79)	3	10.00	0	0.00
Perlu penguatan (<70)	2	6.67	0	0.00

Sumber: Data pretest dan posttest Day 1, diolah penulis (2026)

Analisis butir *pretest* menunjukkan bahwa peserta sebenarnya telah memiliki pengetahuan awal yang cukup baik mengenai definisi ekspor, peluang ekspor bagi UMKM, *product-market fit*, *country performance*, risiko kesalahan HS Code, dan Market Access Map. Namun, beberapa konsep teknis masih membutuhkan penguatan. Butir mengenai AHTN hanya dijawab benar oleh 50% peserta, aspek market sebesar 60%, pasar non tradisional sebesar 70%, serta pengelola HS Code sebesar 73,33%. Setelah pelatihan, tingkat ketepatan jawaban meningkat signifikan: 17 dari 20 butir *posttest* dijawab benar oleh seluruh responden, sedangkan tiga butir lainnya tetap berada pada tingkat ketepatan 93,10%-96,55%.

Tabel 3. Butir *Pretest* dengan Tingkat Ketepatan Terendah

No. Butir	Topik	Benar/N	Ketepatan (%)
14	AHTN	15/30	50.00
4	Aspek market	18/30	60.00
8	Pasar non tradisional	21/30	70.00
13	Pengelola HS Code	22/30	73.33
3	Empat aspek ekspor	24/30	80.00

Sumber: Data pretest Day 1, diolah penulis (2026)

Temuan tersebut menegaskan bahwa kebutuhan utama peserta pada hari pertama bukan sekadar mengenal istilah ekspor, melainkan memahami cara menerjemahkan konsep menjadi keputusan praktis. Misalnya, peserta perlu membedakan aspek market dari aspek logistik atau produksi, mengenali peran AHTN dalam sistem klasifikasi barang ASEAN, serta memahami pasar non tradisional sebagai peluang yang perlu diteliti lebih lanjut. Diskusi kelas

menunjukkan bahwa peserta tertarik pada cara memilih NTE yang realistis, membaca tren permintaan, dan memahami konsekuensi teknis dari pemilihan HS Code.

Diskusi

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan hari pertama efektif sebagai tahap awal peningkatan literasi ekspor UMKM. Peningkatan nilai rata-rata sebesar 11,48 poin dengan ukuran efek agregat yang besar (Cohen's $d = 1,58$) mengindikasikan bahwa kombinasi pemaparan konsep, contoh kasus, dan evaluasi langsung mampu memperkuat pemahaman peserta dalam waktu singkat. Kenaikan ini perlu dibaca sebagai peningkatan kesiapan kognitif, yaitu kemampuan peserta memahami istilah, logika, alat bantu, dan indikator awal yang diperlukan sebelum masuk ke tahap teknis ekspor yang lebih kompleks.

Kesesuaian pendekatan pelatihan terlihat dari karakter masalah yang dihadapi UMKM. Hambatan ekspor UMKM sering kali tidak hanya terletak pada kualitas produk, tetapi juga pada keterbatasan akses informasi, rendahnya pemahaman terhadap standar internasional, dan kurangnya kemampuan membaca pasar. Karena itu, pembelajaran berbasis *action learning* menjadi relevan: peserta mengaitkan materi dengan produk masing-masing, mengajukan pertanyaan sesuai konteks usaha, dan mulai merumuskan langkah kecil yang dapat dilakukan setelah pelatihan. Dalam konteks ini, perubahan sosial yang dituju bukan langsung berupa transaksi ekspor, tetapi munculnya kesadaran baru bahwa ekspor dapat dimulai dari riset pasar yang sistematis dan penggunaan data terbuka.

Penguatan konsep HS Code dan AHTN menjadi temuan penting karena kedua konsep tersebut relatif teknis tetapi memiliki implikasi langsung terhadap kegiatan ekspor. Ketidaktepatan klasifikasi produk dapat memengaruhi tarif, dokumen, dan persyaratan akses pasar. Oleh sebab itu, penjelasan mengenai HS Code perlu terus dilengkapi dengan praktik mandiri pada sesi lanjutan, misalnya menggunakan INSW, ASEAN Trade Repository, dan referensi tarif negara tujuan. Di sisi lain, kemampuan menggunakan Trade Map dan Market Access Map membantu peserta membangun kebiasaan berbasis data sebelum menentukan negara tujuan. Praktik ini sejalan dengan kebutuhan UMKM untuk tidak hanya "ingin ekspor", tetapi mampu memilih pasar secara lebih rasional.

Walaupun capaian posttest sangat tinggi, evaluasi hari pertama tetap memiliki keterbatasan. Pertama, data yang diolah merupakan respons *pretest* dan *posttest* agregat, sehingga belum sepenuhnya menunjukkan perubahan individual tiap peserta. Kedua, nilai *posttest* menggambarkan pemahaman setelah pelatihan, belum menunjukkan keberhasilan implementasi ekspor. Ketiga, pelatihan hari pertama baru

berfokus pada fondasi dan riset pasar, sehingga keberlanjutan dampak membutuhkan pendampingan pada aspek produk, standar, dokumen, pencarian buyer, negosiasi, dan penghitungan harga ekspor. Dengan demikian, hasil hari pertama perlu diposisikan sebagai dasar untuk merancang pendampingan lanjutan yang lebih aplikatif.

Kesimpulan

Pelatihan hari pertama “UMKM Siap Ekspor” berhasil memperkuat kesiapan awal peserta dalam memahami ekspor dasar dan riset pasar global. Kegiatan yang dilaksanakan di Ruang Garena, Solo Techno Park, pada 2 Juni 2026 ini menunjukkan peningkatan nilai rata-rata dari 87,83 pada pretest menjadi 99,31 pada posttest. Seluruh respons posttest berada pada kategori sangat tinggi, sementara butir yang sebelumnya lemah seperti AHTN, aspek market, pasar non tradisional, dan pengelola HS Code menunjukkan adanya kebutuhan penguatan yang berhasil dijawab melalui pemaparan materi.

Secara reflektif, pengabdian masyarakat ini memperlihatkan bahwa UMKM memerlukan pendampingan ekspor yang bertahap, praktis, dan berbasis data. Rekomendasi kegiatan lanjutan adalah penyusunan klinik riset pasar per produk, praktik pencarian HS Code, simulasi penggunaan Trade Map dan Market Access Map, serta pendampingan penyusunan profil perusahaan dan katalog berbahasa Inggris. Dengan desain pendampingan yang berkelanjutan, literasi ekspor yang terbentuk pada hari pertama dapat dikembangkan menjadi kesiapan teknis dan peluang akses pasar internasional yang lebih nyata.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret, Program Studi Diploma Tiga Manajemen Perdagangan, Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perdagangan Internasional, Solo Techno Park, INAmikro, Pegadaian, narasumber, mentor, panitia, serta seluruh pelaku UMKM peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat “Pelatihan UMKM Siap Ekspor”.

Daftar Referensi

- ASEAN Trade Repository. (2026). *Tariff nomenclature*. <https://atr.asean.org/read/tariff-nomenclature/39>
- International Trade Centre. (2026a). *Market Access Map*. <https://www.intracen.org/resources/tools/market-access-map>
- International Trade Centre. (2026b). *Trade Map: Trade statistics for international business*

- development*. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kementerian UMKM Republik Indonesia. (2026). *Arah kebijakan pengembangan UMKM*. <https://umkm.go.id/arrah-kebijakan>
- World Customs Organization. (2022). *HS nomenclature 2022 edition*. <https://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs-nomenclature-2022-edition.aspx>