

NASKAH ORISINAL

Gerakan Pelatihan Ekspor Produk UMKM Jawa Timur

Melania Suweni Muntini^{1,*} | Agnes Tuti Rumiati² | Fadlilatul Taufany³ | Sarah Cahyadini⁴ | R Haryo Dwito Armono⁵ | Setiyo Gunawan³ | Nur Aini Rakhmawati⁶ | Mujtahidatul Alawiyah¹

¹Departemen Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

²Departemen Statistika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

³Departemen Teknik Kimia, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁴Departemen Arsitektur, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁵Departemen Teknik Kelautan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁶Departemen Sistem Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Melania Suweni Muntini, Departemen Fisika, Fakultas Sains dan Analitika Data, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia. Alamat e-mail: melania@physics.its.ac.id

Alamat

Departemen Fisika Fakultas Sains dan Analitika Data, Kampus ITS Sukolilo, Surabaya, 60111, Indonesia.

Abstrak

Jawa Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menembus pasar internasional, didukung oleh kekayaan sumber daya alam dan beragam produk unggulan di setiap kabupaten dan kota. Namun, UMKM menghadapi tantangan dalam hal daya saing, inovasi produk, dan akses pasar global. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Jawa Timur melalui pelatihan ekspor dan digitalisasi. Metode yang digunakan meliputi kolaborasi dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD), pengembangan kurikulum pelatihan, dan pelaksanaan *workshop* berbasis digital. Hasil menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terkait strategi ekspor, pemanfaatan teknologi digital, dan pengenalan pasar global. Selain itu, kegiatan ini secara langsung mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) nomor 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), nomor 9 (industri, inovasi, dan infrastruktur), dan nomor 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab). Respons positif dari peserta dan instansi terkait menunjukkan bahwa inisiatif ini berdampak signifikan dalam memotivasi UMKM untuk bersaing di pasar internasional. Pentingnya digitalisasi dalam memperluas jangkauan pasar serta keberlanjutan program ini menjadi langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Jawa Timur.

Kata Kunci:

Digitalisasi, Ekspor, Jawa Timur, Pelatihan UMKM, SDGs.

1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, dengan definisi yang mencakup Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Pada tahun 2019, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat

adanya 65,4 juta UMKM di Indonesia^[1]. Jumlah ini tidak hanya mencerminkan keberagaman usaha mikro di negara ini tetapi juga menunjukkan dampak positif terhadap pengurangan tingkat pengangguran, dengan 123,3 ribu tenaga kerja terserap oleh UMKM^[2]. Oleh karena itu, peran UMKM tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Tren positif UMKM terus meningkat, dan pada tahun 2021, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional mencapai 60,5%^[3].

Secara regional, kontribusi UMKM di Jawa Timur juga menunjukkan perkembangan positif. Berdasarkan hasil survei perhitungan nilai tambah K-UMKM Tahun 2023, nilai tambah bruto atas dasar harga berlaku mencapai Rp 1.747,99 triliun atau tumbuh sebesar 9,68% dibandingkan tahun sebelumnya. Nilai ini berkontribusi sekitar 59,18% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur^[4]. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi di Jawa Timur, khususnya sektor UMKM, telah kembali stabil setelah masa pembatasan aktivitas masyarakat.

Namun demikian, belum semua UMKM memiliki kesadaran akan pentingnya ekspor serta penerapan standar produk yang memenuhi kualifikasi pasar global. Pelatihan Ekspor UMKM merupakan kebutuhan mendesak untuk memberdayakan pengusaha UMKM di Indonesia khususnya Jawa Timur agar dapat memanfaatkan peluang pasar internasional secara optimal^[5]. UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian lokal, menyumbang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, banyak di antara mereka yang belum sepenuhnya memahami kompleksitas dan persyaratan yang terlibat dalam proses ekspor^[6].

Perubahan cepat dalam dinamika ekonomi global, kemajuan teknologi, dan keberlanjutan komunikasi internasional telah membuka pintu bagi UMKM untuk merambah pasar internasional^[7]. Namun, tantangan seperti peraturan pemerintah yang kompleks, standar kualitas yang tinggi, logistik yang efisien, serta pembiayaan yang memadai sering kali menjadi hambatan yang signifikan. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan suatu pendekatan yang melibatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis^[8].

Pelatihan ini diinisiasi dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada pengusaha UMKM tentang seluruh proses ekspor, mulai dari tahap persiapan hingga pemasaran di pasar internasional. Menyadari bahwa pengetahuan tentang peraturan pemerintah terkait ekspor dan impor, pemenuhan standar kualitas global, manajemen logistik yang efektif, serta pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran dan *branding* sangat penting, pelatihan ini dirancang untuk memberikan panduan lengkap. Pelatihan Ekspor UMKM secara erat terkait dengan konsep pembangunan berkelanjutan, di mana upaya ini menciptakan jembatan antara pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan inklusi sosial^[9].

Kesuksesan UMKM dalam memasuki pasar internasional tidak hanya akan memberikan manfaat bagi mereka sendiri tetapi juga akan berkontribusi secara positif terhadap perekonomian nasional. Meningkatnya daya saing UMKM Indonesia di tingkat global dapat membawa dampak positif seperti peningkatan ekspor, diversifikasi produk, dan pertumbuhan lapangan kerja^[10].

Untuk itu Institut Teknologi Sepuluh Nopember merancang kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema Gerakan Pelatihan Ekspor UMKM di Jawa Timur. Keempatnya dirancang untuk berbagai pelatihan dan pendampingan untuk melakukan ekspor produk. Pelatihan dirancang dengan modul kurikulum yang dirancang oleh pengabdian dan juga akan menghadirkan para ahli dan pihak terkait dalam pelatihan. Diharapkan peserta akan mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara praktis^[11].

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Gerakan Pelatihan Ekspor Produk UMKM Jawa Timur dirancang untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan agar produk mereka dapat bersaing di pasar internasional. Strategi kegiatan meliputi memberikan gambaran pentingnya ekspor bagi UMKM Jawa Timur dan peran strategisnya dalam pertumbuhan ekonomi. Membahas aturan ekspor dan impor negara tujuan dengan pendekatan praktis dan studi kasus. Mengarahkan peserta untuk memahami dan memenuhi standar internasional melalui evaluasi produk. Menyediakan wawasan tentang pengelolaan logistik dan opsi pembiayaan ekspor. Mendorong pengembangan rencana pemasaran global berbasis karakteristik produk. Membantu peserta menyusun langkah implementasi pasca-pelatihan.

Pendekatan pelatihan ini melibatkan:

1. Kolaborasi dengan pemerintah, ahli ekspor, dan pelaku bisnis.

2. Penyusunan materi interaktif dengan studi kasus dan simulasi.
3. Sesi konsultasi individual (*coaching clinic*).
4. Strategi promosi melalui media sosial untuk menjangkau lebih banyak peminat produk.

Gerakan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Jawa Timur di pasar global melalui pelatihan yang komprehensif dan praktis.

1.3 | Target Luaran

Target luaran dari Gerakan Pelatihan Ekspor Produk UMKM Jawa Timur di antaranya adalah:

1. Menghasilkan kurikulum dan modul pelatihan ekspor berbasis kebutuhan UMKM yang mencakup regulasi, standar kualitas, logistik, dan strategi pemasaran.
2. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan praktis peserta pelatihan dalam mempersiapkan produk untuk pasar internasional.
3. Membangun jejaring kerja sama antara UMKM, pemerintah, dan pelaku bisnis untuk mendukung keberhasilan ekspor produk lokal.
4. Menerbitkan artikel ilmiah, membuat video dokumentasi kegiatan pengabdian, serta pemberitaan di media massa dan sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pengembangan bisnis UMKM melalui ekspor produk.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di bagian timur Pulau Jawa, berbatasan langsung dengan Laut Jawa di utara, Selat Bali di timur, Samudera Hindia di selatan, dan Jawa Tengah di barat. Dengan luas wilayah mencapai sekitar 47.800 km², Jawa Timur memiliki topografi yang beragam, mulai dari pegunungan, dataran rendah, hingga kawasan pesisir. Provinsi ini kaya akan sumber daya alam, termasuk hasil pertanian, perikanan, dan tambang. Komoditas unggulan seperti padi, jagung, kopi, tembakau, dan ikan tangkapan menjadi andalan perekonomian di sektor primer. Selain itu, keberadaan Gunung Bromo, Kawah Ijen, dan Taman Nasional Baluran menjadikan Jawa Timur sebagai destinasi pariwisata yang menarik wisatawan lokal maupun mancanegara^[12].

Jawa Timur juga memiliki kekayaan budaya yang beragam, dengan seni tradisional seperti tari remo dan wayang kulit, serta kerajinan tangan khas seperti batik Madura dan anyaman bambu. Kombinasi antara sumber daya alam yang melimpah, keberagaman budaya, dan inovasi masyarakat lokal telah menghasilkan berbagai produk berkualitas tinggi, mulai dari makanan olahan hingga produk kerajinan. Hal ini menciptakan peluang besar bagi Jawa Timur untuk mengembangkan produk-produknya ke pasar internasional.

Jawa Timur memiliki beragam produk unggulan dari masing-masing kabupaten dan kota yang mencerminkan potensi dan keunikan daerahnya. Kota Batu, misalnya, dikenal sebagai sentra pengolahan susu sapi yang telah menghasilkan berbagai produk seperti susu pasteurisasi, keju, yoghurt, dan es krim berkualitas^[13]. Produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan lokal tetapi juga telah merambah pasar nasional. Surabaya, sebagai ibu kota provinsi, memiliki kekuatan di sektor industri kreatif dan kerajinan, termasuk produk kulit, sepatu, dan aksesoris yang diminati pasar internasional^[14]. Kabupaten Pasuruan terkenal dengan produk olahan hasil lautnya, seperti kerupuk ikan dan udang, yang menjadi komoditas ekspor andalan.

Sementara itu, Kabupaten Malang unggul dalam produk hortikultura, terutama apel dan sayuran organik, yang telah dipasarkan ke berbagai daerah di Indonesia. Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi besar di sektor pariwisata dan produk kopi asli lokalnya, seperti kopi robusta dan arabika, yang telah dikenal hingga mancanegara. Di Jombang, produk unggulan meliputi kerajinan gerabah dan batik tenun khas yang memiliki nilai artistik tinggi. Kabupaten Sidoarjo memiliki produk andalan berupa olahan ikan dan udang, seperti petis, kerupuk udang, dan bandeng presto, yang telah menjadi ikon kuliner khas daerah tersebut. Dengan strategi yang tepat, potensi luar biasa ini dapat dimanfaatkan untuk menjadikan produk-produk Jawa Timur lebih dikenal di kancah global.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang berperan signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah. UMKM mencakup berbagai jenis usaha yang dikelola oleh individu, rumah tangga, atau kelompok kecil dengan skala produksi dan modal terbatas^[15]. Di Indonesia, UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian nasional tetapi juga memberikan kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pemerataan ekonomi di berbagai wilayah.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023, jumlah usaha industri berskala mikro dan kecil di Jawa Timur mencapai 862.057 usaha mikro dan 115.414 usaha kecil^[16]. Kriteria kategori usaha ini diatur dalam Pasal 35 ayat (6) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, adalah sebagai berikut^[17]:

1. Usaha Mikro: Memiliki penjualan tahunan yang tidak melebihi Rp2 miliar.
2. Usaha Kecil: Memiliki penjualan tahunan dalam rentang Rp2 miliar hingga Rp15 miliar.
3. Usaha Menengah: Memiliki penjualan tahunan antara Rp15 miliar hingga Rp50 miliar.

Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa hingga Juli 2024, sebanyak 25,5 juta UMKM telah berhasil bertransformasi masuk ke dalam ekosistem digital^[18]. Digitalisasi ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar, khususnya di tingkat internasional. Ekspor tidak hanya memperbesar skala bisnis tetapi juga membuka kesempatan bagi produk lokal untuk dikenal di pasar global, meningkatkan devisa negara, serta mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk. Digitalisasi mendukung UMKM dalam memanfaatkan platform *e-commerce* global, mempermudah komunikasi dengan mitra dagang internasional, serta meningkatkan efisiensi dalam pemasaran, distribusi, dan pembayaran, sehingga menjadikan mereka lebih kompetitif di pasar internasional.

Kegiatan ekspor UMKM sudah mulai menunjukkan hasil positif. Sebagai contoh, produk mukena asal Bangil, Pasuruan, Jawa Timur, berhasil meningkatkan penjualannya meskipun sebelumnya sempat terdampak pandemi COVID-19^[19]. Pasar digital memainkan peran penting dalam pencapaian ini. Program Pengabdian kepada Masyarakat untuk mendorong akselerasi pengembangan UMKM di Jawa Timur juga telah dilakukan, seperti melalui teknologi pengalengan makanan tradisional. Program ini diikuti oleh sekitar 50 perwakilan UMKM Jawa Timur dan terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa peserta lebih termotivasi untuk menjangkau pasar global. Meski beberapa kendala seperti penggunaan bahasa asing dalam proses pembuatan akun *e-commerce* dan deskripsi produk masih ditemukan, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi dan pasar digital untuk ekspor terus meningkat. Program seperti ini memberikan dampak positif signifikan terhadap kesiapan UMKM untuk bersaing di tingkat internasional^[20].

3 | METODE KEGIATAN

Dalam menjalankan Gerakan Pelatihan Ekspor Produk UMKM Jawa Timur, langkah-langkah strategis dirancang untuk memastikan bahwa setiap tahap kegiatan memberikan manfaat optimal bagi peserta. Poin-poin proses singkat pelaksanaan kegiatan ini ditampilkan dalam diagram alur pada Gambar 1.

Langkah pertama, tim pelaksana menjalin kerja sama dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) untuk memperoleh data UMKM di Jawa Timur melalui BUMDes dan Bumdesa. Selanjutnya, survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta dan mengelompokkan mereka berdasarkan tingkat pengetahuan serta kebutuhan terkait ekspor. Berdasarkan hasil survei, tim menyusun materi pelatihan yang komprehensif dan relevan, dengan melibatkan pemateri ahli dari berbagai bidang.

Tahap berikutnya adalah pengembangan modul pelatihan yang interaktif untuk memberikan akses yang fleksibel kepada peserta. Setelah modul tersedia, pelatihan dilaksanakan secara *hybrid*, yaitu kombinasi *online* dan *offline*, sehingga dapat menjangkau lebih banyak peserta. Pada tahap akhir, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengukur efektivitas pelatihan. Umpan balik dari peserta dikumpulkan dan digunakan untuk memodifikasi materi pelatihan jika diperlukan, guna memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program.



Gambar 1 Metode Kegiatan Pelatihan Ekspor UMKM.

4 | HASIL DAN DISKUSI

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan kerja sama strategis dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur pada Bulan April 2024 dan inisiasi kerja sama dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (PMD) pada Bulan Juni 2024 untuk mendapatkan data UMKM yang tercatat dalam *database* BUMDes dan Bumdesa.



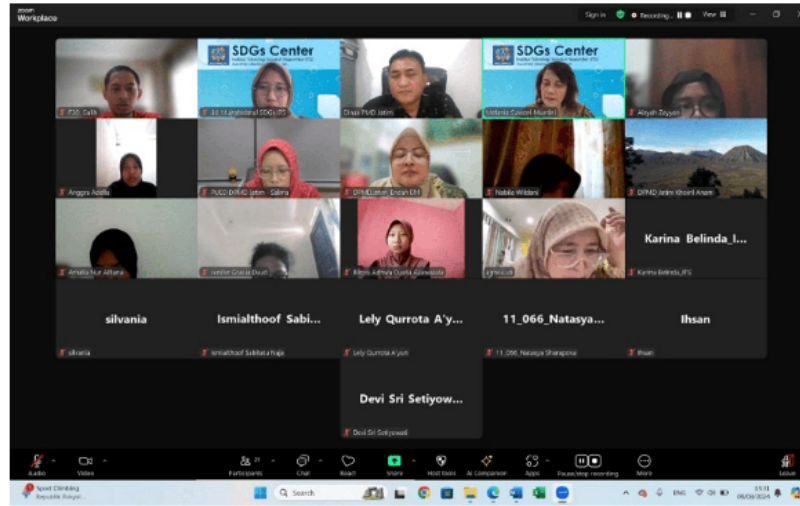
Gambar 2 Pertemuan dengan (a) Disperindag Jawa Timur dan (b) DPMD Jawa Timur.

Melalui proses kurasi yang intensif bersama Dinas PMD, tim pengabdian, dan mahasiswa KKN, terpilih UMKM potensial yang diundang mengikuti pelatihan intensif kesiapan ekspor. Proses ini diawali dengan inisiasi pertemuan bersama Dinas PMD yang dilaksanakan secara daring pada 9 Agustus 2024. Dalam rapat tersebut, beberapa agenda utama dibahas, seperti pengembangan produk Bumdesa, pemetaan potensi ekspor, sertifikasi dan izin usaha, hingga pelatihan kewirausahaan desa. Diskusi ini menghasilkan daftar UMKM yang siap mengikuti pelatihan dan analisis kebutuhan mereka untuk persiapan ekspor.

UMKM terpilih mengikuti pelatihan intensif secara *hybrid*, sedangkan UMKM lainnya mengikuti sesi daring. Pelatihan dilakukan secara bertahap sesuai dengan materi yang telah disusun, meliputi tema seperti memulai ekspor, memahami regulasi, *pricing*, dan logistik. Dari kurasi tersebut, didapatkan 74 UMKM dari 22 kabupaten di Jawa Timur untuk dibimbing secara intensif.

Setelah kurasi daftar UMKM dilakukan, selanjutnya diadakan diskusi intensif dengan Dinas PMD untuk mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi oleh UMKM dalam rangka mendukung kegiatan ekspor. Hasil dari diskusi tersebut

kemudian menghasilkan analisis SWOT terkait kondisi UMKM di Jawa Timur, berdasarkan data yang diperoleh dari DPMD. Berikut adalah analisis SWOT yang telah disusun.



Gambar 3 Zoom Meeting pihak ITS dan Dinas PMD.

Tabel 1 Analisis SWOT Pengabdian kepada Masyarakat

Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses</i>)	Peluang (<i>opportunities</i>)	Ancaman (<i>threats</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • UMKM Jawa Timur menawarkan berbagai produk unggulan, seperti kerajinan tangan, produk makanan olahan, hasil pertanian, dan produk perikanan. • Banyak UMKM memanfaatkan bahan baku lokal yang melimpah. • Adanya komunitas UMKM dan jejaring dengan asosiasi mempermudah kolaborasi dan pertukaran informasi. • Dinas terkait, seperti PMD dan Disperindag, aktif memberikan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi sertifikasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak UMKM belum memahami regulasi dan standar internasional, seperti HS Code, sertifikasi, dan ketentuan impor di negara tujuan. • Akses terhadap pembiayaan dan teknologi produksi masih menjadi tantangan utama. • Banyak produk belum memiliki kemasan dan <i>branding</i> yang sesuai untuk pasar global. • Banyak UMKM belum memiliki sistem manajemen yang profesional, termasuk dalam pengelolaan logistik dan administrasi ekspor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar internasional semakin mencari produk berbasis keberlanjutan yang banyak dihasilkan oleh UMKM Jawa Timur. • Adanya program nasional dan regional untuk mendukung ekspor UMKM. • Platform digital, seperti <i>e-commerce</i> dan media sosial, membuka peluang pemasaran produk UMKM secara global dengan biaya relatif rendah. 	<ul style="list-style-type: none"> • UMKM harus bersaing dengan produk dari negara lain yang sudah lebih mapan di pasar internasional. • Ketergantungan pada impor bahan baku tertentu dapat membuat biaya produksi naik akibat nilai tukar yang tidak stabil. • Produk yang tidak memenuhi sertifikasi internasional berisiko ditolak di pasar tujuan. • Ketidakpastian ekonomi global dapat memengaruhi daya beli dan permintaan pasar internasional.

Setelah didapatkan analisis SWOT, maka disusun materi kurikulum dan modul untuk digunakan sebagai materi dan modal untuk pelatihan nantinya. Materi pelatihan ini dirancang dengan melibatkan pakar ekspor dari berbagai latar belakang, termasuk akademisi, praktisi, dan ahli industri. Materi pelatihan terdiri dari beberapa hal berikut ini.

Tabel 2 Materi Pelatihan Ekspor UMKM

No	Topik	Subtopik
1	Memulai Export	Kesiapan dalam ekspor Manfaat dan risiko ekspor <i>Unique selling proposition (branding)</i> Memahami kategori produk (HS Code) Mencari pasar ekspor <i>Tools & tips</i> dalam mencari pasar
2	Memahami FTA	Ekspor sendiri atau melalui <i>consolidator</i> Memahami peraturan ekspor Peraturan ekspor di Indonesia (<i>exporting country</i>) Peraturan di negara tujuan (<i>importing country</i>) Operasionalisasi (deklarasi manufaktur dan sertifikasi)
3	Pricing	Memahami <i>incoterms</i> Memahami ukuran <i>container</i> Cara menghitung dan membuat penawaran <i>Product details – compliance</i> Kontrak ekspor
4	Logistik	Dokumen dan proses pengiriman <i>Certificate of Origin (COO)</i> Promosi ekspor di negara tujuan

Setelah materi tersusun, dilakukan pelatihan kepada para UMKM. Pelatihan pertama dilakukan di Hotel Selecta Batu, 19-21 Agustus 2024 bertajuk “Pelatihan Kewirausahaan BUMDesa” yang mencakup topik seperti kesiapan ekspor, analisis *HS Code*, strategi *branding*, hingga tips mencari pasar ekspor. Para peserta juga diajak untuk memahami peraturan ekspor Indonesia dan negara tujuan melalui simulasi praktis.

**Gambar 4** Pelatihan Kewirausahaan BUMDESA.

Pelatihan kedua dilakukan Diskusi Tematik BUMDesa Siap Ekspor via *Zoom Meeting* pada 28 Agustus 2024. Diskusi ini memberikan penjelasan mendalam tentang operasionalisasi ekspor, mencakup deklarasi manufaktur, sertifikasi, dan dokumen pengiriman.

Pada 2 Oktober 2024, pelatihan lanjutan dilaksanakan di Gedung *Research Center*, menghadirkan narasumber ahli seperti Ibu Dwi Pujiasih, S.T., dan Dr. Dra. Agnes Tuti Rumiati, M.Sc., yang memberikan wawasan terkait pengembangan produk unggulan desa. Pelatihan ini menyoroti strategi pengemasan, perencanaan logistik, dan pemasaran berbasis potensi lokal.



Gambar 5 Poster Diskusi tematik BUMDESA Siap Ekspor.



Gambar 6 Pelatihan ekspor produk UMKM Jawa Timur.

Pelatihan terakhir pada 10 Oktober 2024 mengusung konsep *coaching clinic*, di mana UMKM mendapatkan masukan langsung dari praktisi ekspor terkait pengemasan produk, strategi promosi, dan daya saing di pasar internasional. Masukan mencakup evaluasi desain kemasan, potensi *branding*, hingga persyaratan teknis ekspor seperti berbagai sertifikasi dan standar keamanan pangan.



Gambar 7 Coaching clinic produk ekspor UMKM Jawa Timur.

Sebagai penutup, pengawasan dan evaluasi menjadi bagian integral dari program ini. Monitoring dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan, sementara evaluasi SWOT digunakan sebagai alat untuk menilai kesiapan UMKM dalam ekspor. Hasil evaluasi menjadi dasar perbaikan modul dan strategi pelatihan di masa mendatang, memastikan keberlanjutan program dan peningkatan daya saing UMKM Jawa Timur di pasar global.

Peserta pelatihan ekspor UMKM menunjukkan tanggapan positif terhadap materi dan pendekatan yang diberikan selama pelatihan. Mereka mengungkapkan bahwa pelatihan ini memberikan wawasan baru yang sangat berguna dalam mempersiapkan produk mereka untuk pasar internasional, khususnya mengenai regulasi ekspor, kualitas produk, dan strategi pemasaran global. Selain itu, mereka merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam menembus pasar ekspor setelah mendapatkan pengetahuan praktis dari berbagai narasumber ahli. Dinas PMD juga memberikan respons yang sangat positif terhadap kerja sama ini, mengakui bahwa program pelatihan ini sangat bermanfaat untuk pengembangan UMKM di Jawa Timur. Kerja sama ini dinilai sebagai langkah strategis dalam memperkuat daya saing produk UMKM di pasar global, sekaligus mendukung program pemberdayaan ekonomi daerah. Keuntungannya terlihat dari meningkatnya pemahaman dan kesiapan UMKM untuk ekspor, serta terciptanya kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku bisnis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis UMKM.

5 | KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan ekspor UMKM ini berhasil memberikan pemahaman kepada peserta tentang berbagai aspek ekspor, mulai dari regulasi, kualitas produk, hingga strategi pemasaran internasional. Diskusi intensif dengan Dinas PMD dan analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan adanya potensi besar dari UMKM di Jawa Timur untuk berkembang ke pasar global, meskipun masih terdapat tantangan terkait kapasitas produksi, standar kualitas, dan akses ke pasar internasional. Program pelatihan ini juga memperlihatkan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha untuk mendukung pengembangan UMKM. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas program ini, disarankan untuk memperkuat pelatihan berbasis praktik langsung, memperluas akses ke sumber pembiayaan, serta terus melakukan pendampingan pasca-pelatihan untuk memastikan UMKM dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh dengan sukses.

6 | UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRPM) Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) melalui kontrak pendanaan Nomor: 941/PKS/ITS/2024, serta kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Jawa Timur, atas dukungan dan kerja samanya dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ekspor bagi UMKM ini. Terima kasih juga kepada seluruh peserta yang telah aktif berpartisipasi dan memberikan antusiasme tinggi dalam mengikuti setiap sesi pelatihan. Kerja sama yang baik antara instansi pemerintah dan pelaku UMKM diharapkan dapat terus berkembang, dan kami berharap pelatihan ini memberikan manfaat yang besar bagi pertumbuhan dan daya saing produk UMKM di pasar internasional.

Referensi

1. Kementerian Keuangan RI, Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia; 2024. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>, accessed: Jan. 23, 2024. Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb).
2. Anugrah RJ. Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing oleh UMKM dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 2020;3(2):55–65.
3. Harahap NA, et al. UMKM dan Pembangunan. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 2022;2(2):228–235.
4. Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, Jatim Penyumbang Perekonomian Terbesar Kedua di Pulau Jawa; 2023. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/jatim-penyumbang-perekonomian-terbesar-kedua-di-pulau-jawa>, accessed: Nov. 05, 2025. Portal Berita Kominfo Jatim.

5. Sidabutar VTP. Peluang dan Permasalahan yang Dihadapi UMKM Berorientasi Ekspor. *Warta Ekspor* 2020;34(2):1–12.
6. Senja MP, Setiawan AH. Analisis Pengaruh Jumlah UMKM, Jumlah Tenaga Kerja UMKM, Ekspor UMKM dan Investasi UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Diponegoro Journal of Economics* 2016;5(3):1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/13101>.
7. Sakti SH, et al. Pelatihan Prosedur Ekspor Terpadu: Peningkatan Pengetahuan bagi Calon-Calon Eksportir. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI)* 2023;1(2):51–62.
8. Verawati K, Rahmayanti H. Pemberdayaan Ekonomi melalui Pelatihan Ekspor pada Kelompok UMKM dan SMK di Kelurahan Duren Jaya Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat. *Widya Laksana* 2021;10(2):234–240.
9. Anam AK, Arifin M, Widiastuti A, Arifin Z. Pengembangan Produk Orientasi Ekspor dan Inovasi Produk pada UMKM Rotan Indah Jepara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 2021;5(1):784–790.
10. Alinsari N. Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2020;1(2):256–268.
11. Iskandar RA, Redaputri AP. Pelatihan Ekspor bagi UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN Bandar Lampung untuk Menuju Go Global. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 2023;4(2):674–681.
12. Pemerintah Provinsi Jawa Timur, Profil Wilayah dan Potensi Provinsi Jawa Timur; 2025. <https://jatimprov.go.id/profile>, accessed: Jan. 14, 2025. Portal Resmi Jawa Timur.
13. Suryani E, Nasution AH, et al. Model Kemitraan Perguruan Tinggi dan Desa untuk Meningkatkan Kemampuan Start-Up Produk Susu Sapi Desa Pesangrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. *Sewagati* 2023;7(5):742–753.
14. Kusumowidagdo A, Zafriana L, Saraswati R, Teowarang JR. Evaluasi Industri Kreatif di Surabaya. *Journal Community Service Consortium* 2024;4(1):1–10.
15. Sarfiah SN, Atmaja HE, Verawati DM. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan (REP)* 2019;4(2):137–146.
16. Badan Pusat Statistik Indonesia, Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil menurut Provinsi; 2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-industri-skala-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi.html>, accessed: Jan. 14, 2025. Laporan Statistik Tahunan BPS.
17. Rakhmawati NA, et al. Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA* 2022;6(1):118–125.
18. ANTARA News, Kemenkop UKM: 25,5 Juta UMKM telah 'Go Digital'; 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4397157/kemenkop-ukm-255-juta-umkm-telah-go-digital>, accessed: Jan. 14, 2025. Kantor Berita Antara.
19. Wahyuni S, et al. Upaya Peningkatan Perekonomian melalui Ekspor Produk (Mukena) di Bangil, Pasuruan, Jawa Timur. *Kreanova: Jurnal Kreativitas dan Inovasi* 2021;1(2):70–78. <https://ejournal.stiesia.ac.id/kreanova/article/view/6691>.
20. Kresnawati MA, Rasyidah R. Meningkatkan Pemanfaatan Pasar Digital untuk Ekspor Produk UMKM di Jawa Timur. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 2021;5(1):784–790.

Cara mengutip artikel ini: Muntini, M. S., Rumiati, A. T., Taufany, F., Cahyadini, S., Armono, R. H. D., Gunawan, S., Rakhmawati, N. A., Alawiyah, M., (2026), Gerakan Pelatihan Ekspor Produk UMKM Jawa Timur, *Sewagati*, 10(1):1–11, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v10i1.7839>.