

Peningkatan Kreatifitas Umkm Dan Kompetensi Wirausaha Melalui Edukasi Ekspor

Vivi Iswanti Nursyirwan^{a,1}, Sasmita Sari Ardaninggar^{b,2}, Asih Handayani^{c,3}

^{a,b,c}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang*

¹dosen02226@unpam.ac.id, ²dosen01532@unpam.ac.id, ³dosen02434@unpam.ac.id

*Vivi Iswanti Nursyirwan

Email ; dosen02226@unpam.ac.id

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi suatu bangsa. Akan tetapi, perjalanan menjadi pilar penting ekonomi nasional bukanlah tanpa kendala. Observasi penulis melihat UMKM terkendala dengan manajemen SDM, khususnya berkaitan dengan kompetensi SDM UMKM yang dimilikinya. Pada era VUCA sekarang ini, kompetensi adalah hal penting bagi pelaku UMKM. Selain itu, hal penting lainnya yakni pemasaran produk UMKM. Go-Ekspor yakni bagian dari pemasaran internasional yang perlu di sosialisasikan kepada para pelaku UMKM agar pelaku UMKM setidaknya mendapatkan pengetahuan, kecakapan dan pada akhirnya dapat membentuk sikap yang relevan untuk menunjang performa usahanya. Hasil observasi kami, para pelaku UMKM banyak yang sudah dapat beradaptasi dengan baik untuk dapat bertumbuh, akan tetapi di sisi lain, kami juga masih temukan banyak UMKM yang belum mengetahui “know-how”, mengalami ketidakpahaman hal manajerial, baik manajemen SDM, manajemen keuangan, maupun manajemen pemasaran. Pada kegiatan ini, kami telah menyelenggarakan pengembangan kewirausahaan pada UMKM yang tergabung dalam komunitas pasar online. Kegiatan ini berfokus pada edukasi ekspor. Kegiatan ini juga disertai pendampingan usaha agar setelah acara kegiatan PKM dilakukan, para pelaku UMKM tetap akan dapat berkonsultasi usaha, sehingga kreatifitas dan kompetensi UMKM dapat meningkat. Luaran praktis kami: adanya peningkatan kreatifitas dan kompetensi wirausaha para pelaku UMKM sehingga para pelaku UMKM dapat lebih kompetitif dalam bersaing di era yang serba digital saat ini. Hasil test pada kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa terdapat kenaikan nilai rata-rata dari pelaku usaha UMKM Kota Depok, semula rata-rata nilai adalah 6.84 menjadi rata-rata nilai sebesar 7.96, atau meningkat sebanyak 6.96%.

Kata kunci: Kreatifitas UMKM, Kompetensi Wirausaha, Edukasi Ekspor

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are the backbone of a nation's economy. However, the journey to becoming an important pillar of the national economy is not without obstacles. The author's observation sees that MSMEs are constrained by HR management, especially with regard to the competence of MSME HR. In the current VUCA era, competence is important for SMEs. In addition, another important thing is the marketing of MSME products. Go-Export is part of international marketing that needs to be socialized to MSME actors so that MSME actors at least get knowledge, skills and in the end can form relevant attitudes to support their business performance. The results of our observations show that many MSMEs have adapted well to grow, but on the other hand, we also find that many MSMEs do not know "know-how", experience managerial incomprehension, both human resource management and financial management, as well as marketing management. In this activity, we have organized entrepreneurship development for MSMEs who are members of the online market community. This activity focuses on export education. This activity is also accompanied by business assistance so that after the PKM activities are carried out, MSME actors will still be able to consult businesses, so that the creativity and competence of MSMEs can increase. Our practical output: there is an increase in the creativity and entrepreneurial competence of MSME actors so that MSME actors can be more competitive in competing in today's all-digital era. The results of the test on this PKM activity showed that there was an increase in the average value of MSME business actors in Depok City, originally the average value was 6.84 to an average value of 7.96, or an increase of 6.96%.

Keywords: *Creativity of MSMEs, Entrepreneurial Competence, Export Education*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) memainkan peran penting baik di negara maju maupun negara berkembang dari sejumlah perspektif. Hal ini termasuk dari sisi peningkatan jumlah bisnis, penciptaan lapangan kerja, tingginya output, pertumbuhan ekspor, mendorong kewirausahaan, sumber inovasi produk, pemasok produk dan jasa besar perusahaan domestik dan multinasional, pengentasan kemiskinan, ekonomi pemberdayaan dan inklusi, dan distribusi kekayaan yang lebih

luas (Harvie, 2015). Literatur sebelumnya mendokumentasikan bahwa keberhasilan suatu bangsa bergantung pada kewirausahaan (Oluyemi et al., 2018) dalam (Nursyirwan et al., 2022).

Adapun tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan pemahaman, peningkatan pengetahuan, membangun kreatifitas dan kompetensi SDM UMKM melalui edukasi dan pendampingan usaha berbasis ekspor.

Kegiatan PKM ini juga menawarkan kebermanfaatn, diantaranya: (a) manfaat

ilmiah: melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami menekankan kebermanfaatan secara scientific, yakni melalui publikasi ilmiah berbasis artikel jurnal nasional terkait kegiatan pengabdian masyarakat yang dapat memberikan wawasan bagi para pembaca. (b) manfaat praktis, yakni: secara praktis, kegiatan ini bermanfaat agar para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dapat memahami ekspor, pelaku usaha dapat meningkatkan pengetahuannya, pada akhirnya dapat membangun kreatifitas dan kompetensi SDM UMKM sehingga pelaku usaha dapat lebih berdaya saing di tengah kompleksitas industri yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Studi (Nursyirwan et al., 2021) menjelaskan pentingnya usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM mencapai lebih dari 99% dari total usaha yang ada di Indonesia. Proporsi sangat besar inilah yang menjadi daya dorong bagi pemerintah untuk senantiasa concern dalam pengembangan UMKM guna mendorong tumbuhnya ekonomi nasional.

Literatur Republika oleh (Yolanda, 2022) memublikasikan bahwa Menteri Koperasi dan UKM (MenkopUKM) Teten Masduki mengatakan sebanyak 19,5 juta pelaku UMKM dari 65 Juta yang telah bergerak pada tahun 2022, pelaku UMKM

terhubung dan *on boarding* di bidang digital. "Perkembangan terakhir per Juni 2022, sudah 19,5 juta pelaku UMKM atau sebesar 30,4 persen dari total UMKM telah hadir pada platform *e-commerce*". Sejalan dengan hal tersebut, potensi peningkatan nilai ekonomi digital di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu 8 kali lipat dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, mencapai Rp 4.531 triliun pada tahun 2030". Lebih lanjut disampaikan bahwa "Peningkatan jumlah UMKM bertransformasi digital merupakan fondasi bagi Indonesia untuk mengoptimalkan potensi ekonomi digitalnya.

Salah satu kegiatan kewirausahaan yang bernilai tinggi bagi kemajuan suatu negara adalah ekspor. Berdasarkan UU No.7 Tahun 2014, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. Daerah pabean adalah suatu bagian wilayah dari Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, wilayah perairan dan ruang udara di atasnya, juga meliputi tempat-tempat tertentu yang ada dalam Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) serta landas kontinen. Ekspor terkait erat dengan pertumbuhan ekonomi negara, semakin tinggi aktivitas ekspor maka iklim investasi dan pertumbuhan ekonomi semakin baik.

Publikasi katadata.co.id melalui (Jayani, 2021) memublikasikan dari sisi ekspor, nilai ekspor non-migas (UMKM)

tercatat sebesar Rp 339,2 triliun pada 2019, meningkat 15,43% dibandingkan tahun 2018. Sebanyak Rp 1.827,9 triliun atau 84,35% dari total ekspor non-migas berasal dari usaha besar. Nilai ekspor non-migas dari usaha mikro mencapai Rp 30,3 triliun pada 2019, meningkat 21,13% dibandingkan tahun sebelumnya. Nilai ekspor non-migas dari usaha kecil sebesar Rp 56,4 triliun pada 2019, meningkat 19,76% dari tahun 2018. Jika dilihat dari data tersebut, potensi ekspor akan sangat besar untuk dapat ditingkatkan oleh Pemerintah Indonesia.

Selain potensi berkembangnya ekspor melalui UMKM, dan pentingnya UMKM bagi suatu negara, UMKM juga masih mengalami tantangan. Hasil observasi penulis berkaitan dengan permasalahan pada UMKM sejalan dengan pernyataan dari pihak regulator bahwa perlu adanya peningkatan kualitas SDM yang lebih baik dalam tata kelola UMKM. Penulis melihat UMKM masih sangat terkendala dengan manajemen SDM, khususnya berkaitan dengan kompetensi SDM UMKM yang dimilikinya.

Kompetensi menjadi penting karena dalam era yang penuh dengan *volatility*, *uncertainty*, *complexity*, dan *ambiguity* (VUCA) seperti saat ini. Tanpa kompetensi SDM yang memadai maka UMKM akan tertinggal atau kalah dengan UMKM lainnya. Kompetensi tidak hanya dilihat dari sisi membuat suatu produk saja, tetapi juga perlu

adanya kompetensi lainnya seperti kompetensi dalam mengelola keuangan, kompetensi SDM, kompetensi pemasaran, dll. Kompetensi pemasaran yang juga menjadi poin penting bagi UMKM yakni: bagaimana pelaku usaha tidak hanya fokus pemasaran produk skala nasional, tetapi juga pemasaran secara internasional. Hal ini tentu perlu ditindaklanjuti oleh berbagai pihak, baik eksekutif, legislatif, masyarakat luas, serta civitas akademika.

Kompetensi kewirausahaan memegang peranan yang sangat menentukan dalam keberhasilan berwirausaha (Li et al., 2022). Kompetensi adalah konsep yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk mencapai prestasi (Mardikaningsih et al., 2022). UMKM perlu dilatih untuk bisa memulai pemasaran berbasis internasional, sebagai contoh kegiatan Go-Ekspor.

Go-Ekspor merupakan bagian dari pemasaran internasional yang perlu di sosialisasikan kepada para pelaku UMKM agar pelaku UMKM setidaknya mendapatkan pengetahuan, kecakapan dan pada akhirnya dapat membentuk sikap yang relevan untuk menunjang performa usahanya. Hasil observasi kami, para pelaku UMKM banyak yang sudah dapat beradaptasi dengan baik untuk dapat bertumbuh, akan tetapi di sisi lain, kami juga masih temukan banyak UMKM yang belum mengetahui “*know-*

how”, mengalami ketidakpahaman atas hal-hal manajerial, baik manajemen SDM, manajemen keuangan, maupun manajemen pemasaran.

Menindaklanjuti hal ini, diperlukan pelaku UMKM yang memiliki kreatifitas dan kompetensi UMKM untuk bisa bersaing secara kompetitif. Mengingat pentingnya aspek kompetensi wirausaha pada pelaku UMKM, maka solusi yang kami tawarkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah pendampingan usaha pada pelaku UMKM guna membangun kreatifitas dan kompetensi wirausaha. Harapan kami UMKM dapat naik kelas.

PROSEDUR

Kegiatan berbasis pengabdian kepada masyarakat ini mengungkap skema pengembangan kewirausahaan, dilakukan oleh tim dosen program studi S-1 Akuntansi Universitas Pamulang, yang terdiri dari Ibu Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos.M.M sebagai ketua pengusul, Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E., M.Sc sebagai narasumber, serta Ibu Asih Handayani, S.E.,M.Ak sebagai fasilitator. Kegiatan ini dilaksanakan pada komunitas pasar *online* dibawah naungan Sahabat Quran, dan bertempat pada aula Saqu-Sawangan, Depok. Bentuk kegiatan yang telah dilakukan, diantaranya: Edukasi Ekspor, dan Pendampingan Usaha.

Audience diberikan edukasi berkaitan dengan kompetensi SDM, dan kreatifitas, serta edukasi ekspor, dan diberikan kegiatan pendampingan usaha dalam bentuk pendampingan perizinan usaha. Sebelum kegiatan PKM, *audience* diberikan *pre-test* untuk mengukur aspek kompetensi *audience* sebelum acara, serta setelah acara diberikan *post-test* untuk mengukur efektifitas edukasi dan pendampingan yang diberikan. Kegiatan dipadatkan selama 1 hari, yakni pada hari ahad, 27 november 2022. Mitra kegiatan ini adalah komunitas pasar *online* dibawah naungan sahabat Quran, yakni komunitas yang juga terdiri dari pelaku UMKM yang telah berfokus pada pemasaran secara *online*. Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga (3) bagian, diantaranya:

- 1) Tahap Pendahuluan, adalah tahapan *fact-finding* apa yang menjadi kebutuhan mitra pengabdian. Tahap ini merupakan tahapan mencari kebutuhan apa yang menjadi masalah mitra, apa tantangan yang dihadapi mitra, serta apa saja analisis kebutuhan spesifik yang diharapkan mitra.
- 2) Tahap Pelaksanaan, tahapan ini terdiri dari pelaksanaan pra kegiatan, dan pelaksanaan saat kegiatan. Tahapan pelaksanaan pra kegiatan adalah tahapan merumuskan formulasi kegiatan apa yang relevan untuk menjawab masalah mitra. Pada tahapan ini para dosen

melakukan brainstorming berkaitan formulasi praktis apa yang relevan bagi mitra, dan dapat di tindaklanjuti oleh resources dosen. Untuk tahapan pelaksanaan saat kegiatan adalah: tahapan melakukan edukasi berdasarkan hasil brainstorming oleh para dosen. Tahapan ini adalah tahapan implementasi praktis kegiatan PKM yang dilakukan. Kegiatan PKM dilaksanakan secara padat dalam 1 hari, kegiatan 1 hari adalah kegiatan edukasi dan pendampingan usaha secara singkat. Untuk pendampingan usaha secara berkelanjutan dapat dilakukan setelah kegiatan acara PKM.

Perizinan usaha merupakan bagian dari kendala yang menjadi momok bagi para pelaku UMKM. Kami menginisiasi hal ini agar teman-teman UMKM dapat mudah dalam mengakses legalitas usaha. Harapannya, semakin banyak pelaku usaha yang berizin, dan mudah dalam mendapatkan legalitas, aspek kognisi, skill dan attitude yang relevan atas performa usaha pelaku bisnis semakin kompetitif. Kegiatan pengabdian ini juga telah melibatkan 2 mahasiswa prodi S-1 Akuntansi, yakni sdri. :Berliana Silvia Q dan sdri. Nazwatusafira, 2 Mahasiswa yang terlibat diikutkan dalam membantu dosen untuk secara praktis membantu tahapan pelaksanaan saat kegiatan PKM.

3) Tahap Evaluasi, tahapan ini merupakan tahapan monitoring efektifitas kegiatan yang dilakukan. Pendekatan evaluasi yang dilakukan adalah melalui penyebaran pre-test dan post-test. Pre-test merupakan pendekatan untuk menguji pemahaman audience sebelum kegiatan dilakukan. Sementara post-test kami lakukan untuk menguji pemahaman audience setelah serangkaian kegiatan kami lakukan. Kami membuat pre-test dan post-test sesuai dengan kaidah materi dan kegiatan yang kami formulasikan. Pre-test dan post-test dapat menjadi bagian dari ukuran kuantitatif apakah peserta mendapatkan peningkatan aspek kognisi, skill, ataupun sikap yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen fakultas ekonomi dan bisnis Akuntansi S-1 Universitas Pamulang berupa pemberian materi dan pendampingan usaha, telah diikuti oleh total 41 peserta, terdiri dari: 25 pelaku usaha UMKM, 14 dosen dan mahasiswa, dan 2 pendamping UMKM.

Sebelum pelatihan dan pendampingan UMKM, tim dosen sudah menyiapkan pre-test guna mengukur aspek kompetensi pelaku usaha, baik secara *knowledge*, *skill*, maupun *attitude*. Pre-test diberikan sebelum materi

disampaikan oleh pemateri. Setelah pemateri menyampaikan bahan paparannya, juga diberikan kembali soal yang sama, kami menyebutnya sebagai soal *post-test*. *Post-test* di berikan guna mengukur ada atau tidaknya ketercapaian peningkatan pengetahuan, skill dan attitude pelaku usaha setelah acara.

Kegiatan dilaksanakan pada hari ahad, 27 november 2022. Kegiatan PKM berlangsung selama 1 hari berupa kegiatan pelatihannya, sementara pendampingan usaha dilakukan setelah acara PKM berlangsung. Peserta dipersilakan untuk tidak hanya mendapatkan pengetahuan saat acara PKM berlangsung, namun juga dapat berkonsultasi teknis kepada konsultan pendamping UMKM guna menindaklanjuti aspek teknis terkait legalitas usahanya. Pada hari pelaksanaan PKM, 27 november 2022, peserta diberikan penekanan pada aspek *knowledge* terkait ekspor.

Edukasi ekspor ditekankan oleh pemateri Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E.,M.Sc. Edukasi materi ekspor ini mendapat sambutan dari peserta kegiatan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya peserta yang antusias menanyakan cara untuk melakukan ekspor secara lebih spesifik. Peserta sangat ingin menindaklanjuti produknya agar dapat dipasarkan di luar wilayah Indonesia. Peserta juga memberikan testimoni agar pelaksanaan kegiatan PKM dengan tema seperti ini dilakukan secara berkelanjutan. Bagi kami

civita akademika, ini signal baik lahirnya stimulus kreatifitas yang dapat muncul bagi pelaku usaha, untuk memulai produksi produk yang dapat diminati pada pasar internasional.

Setelah penyampaian materi dan tanya jawab kepada peserta PKM, panitia memberikan soal *post-test* kepada peserta PKM. Hasil *post-test* menunjukkan terdapat kenaikan nilai rata-rata dari pelaku usaha UMKM Kota Depok, semula rata-rata nilai adalah 6.84 menjadi rata-rata nilai sebesar 7.96, atau meningkat sebanyak 6.96%.



Gambar 1. Sambutan Kegiatan

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Terdapat peningkatan aspek pengetahuan dan pemahaman tentang ekspor sebesar 6.96%.
- 2) Adanya peningkatan pengetahuan dapat melahirkan kreatifitas pelaku UMKM. c. Peserta sangat antusias dengan materi ang disampaikan. d. Peserta bertambah *knowledge*, *skill* dan *attitudenya* terkait

ekspor produk atas terselenggaranya kegiatan PKM ini.

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu dilakukan: (a) Mengadakan pelatihan serupa dengan penekanan pada aspek *skill* pelaku usaha terkait ekspor. (b) Mengadakan pelatihan serupa dengan jangkauan geografis lebih luas. (c) Memaksimalkan pendampingan usaha, sehingga secara praktis peserta mendapat manfaat jangka panjang bagi keberlanjutan usahanya.



Gambar 2. Peserta Pada Saat PKM



Gambar 3. Foto Bersama

REFERENSI

- Harvie, C. (2015). SMEs, trade and development in South-east Asia.
- Jayani, D. H. (2021). Nilai Ekspor dari UMKM Capai Rp 339,2 triliun pada 2019. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/nilai-ekspor-dari-umkm-capai-rp-3392-triliun-pada-2019>
- Li, G., Long, Z., Jiang, Y., Huang, Y., Wang, P., & Huang, Z. (2022). *Entrepreneurship education, entrepreneurship policy and entrepreneurial competence: mediating effect of entrepreneurship competition in China*. Education+ Training.
- Mardikaningsih, R., Azizah, E. I., Putri, N. N., & Alfian, M. N. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises. 2(1), 1–4.
- Nursyirwan, V. I., Agustinus, E., & Mulyani, N. (2021). *Pengelolaan Manajemen Keuangan dalam Industri Kecil Menengah di Komunitas Tangsel Berkibar*. Abdimisi, 2(1), 9–14.
- Nursyirwan, V. I., Purwana, D., Suhud, U., & Putra, I. L. (2022). *Entrepreneurial Intention Among Students: The Effect of Self-efficacy and Entrepreneurial Attitude*. Pendidikan Dan Ekonomi Bisnis, 10(2), 193–205.
- Oluyemi, O. T., Ajayi, A. K., Abiola, A. O., & Ajibade, Q. T. (2018). *Entrepreneurship Education and National Development in Nigeria*. International Journal of Innovative Education Research, 6(3), 34–39.
- Website [online] Standar Kerja Kompetensi Nasional Indonesia
- Website [online] <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>

Yolanda, F. (2022). Menkop: 19,5 Juta Pelaku UMKM Onboarding Ekosistem Digital. [Republika.Co.Id.](https://www.republika.co.id/berita/rgai)
<https://www.republika.co.id/berita/rgai>

71370/menkop-195-juta-pelaku-umkm-onboarding-ekosistem-digital