

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

Leli Suryani<sup>1a</sup>, Indra Iman Sumantri<sup>2b</sup>

<sup>ab</sup>Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, universitas Pamulang\*

<sup>1</sup> [dosen00800@unpam.ac.id](mailto:dosen00800@unpam.ac.id) ; <sup>2</sup> [imansumantri.indra@unpam.ac.id](mailto:imansumantri.indra@unpam.ac.id)

\*korespondensi: Indra Iman Sumantri

---

### Abstrak

---

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bogor memiliki potensi besar untuk memasuki pasar internasional, namun sebagian besar masih berorientasi pada pasar domestik akibat berbagai kendala. Permasalahan utama meliputi keterbatasan pengetahuan teknis ekspor, kualitas sumber daya manusia, serta keterbatasan sumber daya dan dukungan eksternal. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan program penyuluhan ekspor yang holistik dan aplikatif melalui pendekatan terpadu antara teori dan praktik. Program ini dirancang tidak hanya sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan guna memperkuat mindset dan kapasitas pelaku UMKM. Diharapkan, penyuluhan yang terstruktur dan berbasis praktik mampu meningkatkan kesiapan UMKM Kota Bogor dalam menembus pasar global, memperluas jaringan usaha, serta mendorong keberlanjutan ekonomi lokal.

**Kata kunci:** Penyuluhan Ekspor; UMKM; Pasar Internasional; Pemberdayaan

---

### Abstract

---

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bogor City have significant potential to enter international markets; however, most remain focused on domestic markets due to various constraints. The main challenges include limited technical knowledge of export procedures, inadequate human resource capacity, and insufficient resources and external support. To address these challenges, a holistic and practical export outreach program is required through an integrated approach combining theory and practice. This program serves not only as a means of knowledge transfer but also as an empowerment effort to strengthen the mindset and capacity of MSME actors. It is expected that a structured and practice-based outreach program will enhance the readiness of MSMEs in Bogor City to access global markets, expand business networks, and promote local economic sustainability.*

**Keywords:** Export Outreach; MSMEs; International Market; Empowerment

## 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. Sektor-sektor 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.

## PROSEDUR

Program penyuluhan dan pelatihan ekspor bagi UMKM Kota Bogor dirancang dengan pendekatan partisipatif dan interaktif yang berorientasi pada kebutuhan riil pelaku usaha. Desain program mengintegrasikan konsep *capacity building* dan *knowledge transfer* agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam praktik ekspor. Untuk menjangkau lebih banyak peserta sekaligus memberikan fleksibilitas, kegiatan dilaksanakan dalam format hybrid melalui kombinasi pertemuan luring dan daring.

Materi pelatihan disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan UMKM dan mencakup beberapa modul utama. Modul prosedur ekspor dan regulasi membahas secara

komprehensif dokumen ekspor, proses kepabeanan, serta persyaratan sertifikasi internasional seperti ISO, HALAL, dan SNI. Selain itu, program juga menekankan pengembangan mindset kewirausahaan melalui sesi motivasi dan peningkatan kemampuan adaptasi, negosiasi, serta ketangguhan dalam menghadapi dinamika pasar global.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui berbagai metode aplikatif, antara lain workshop interaktif yang dilengkapi studi kasus UMKM lokal yang telah berhasil menembus pasar ekspor. Peserta juga mengikuti simulasi proses ekspor, termasuk praktik pengisian dokumen dan negosiasi dengan calon pembeli internasional melalui *role play*. Setelah pelatihan utama, peserta memperoleh pendampingan berkelanjutan selama tiga bulan melalui forum konsultasi dengan mentor dan praktisi ekspor. Untuk memperkuat pemahaman praktis, kegiatan ini juga dilengkapi dengan kunjungan lapangan ke pelabuhan atau perusahaan eksportir guna melihat langsung proses ekspor.

Kegiatan ini didukung oleh narasumber yang kompeten, terdiri atas dosen dan peneliti Universitas Pamulang yang berpengalaman di bidang ekspor serta praktisi eksportir,

dengan dukungan institusi terkait seperti Sekolah Ekspor dan kolaborasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor. Keberhasilan program dievaluasi melalui pretest dan posttest untuk mengukur peningkatan pengetahuan, kuesioner umpan balik untuk menilai kepuasan peserta, serta monitoring implementasi berupa pelacakan peserta yang mulai melakukan ekspor atau mengajukan sertifikasi dalam enam bulan pascapelatihan. Evaluasi kualitatif juga dilakukan melalui wawancara mendalam untuk menilai perubahan mindset dan kemampuan adaptasi peserta.

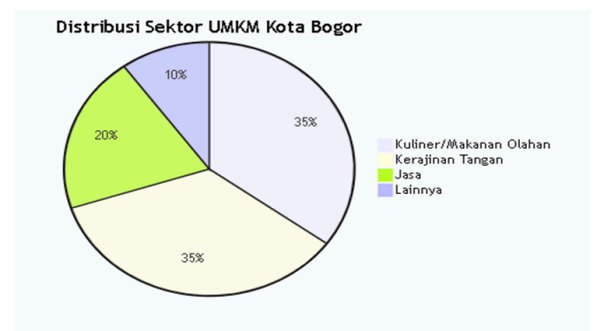
Program dilaksanakan pada Selasa, 12 Oktober 2025, bertempat di Mega Hotel & Resort, Kabupaten Bogor, dengan sasaran 50 pelaku UMKM lokal dari sektor makanan, kerajinan, dan fesyen. Peserta merupakan UMKM Kota Bogor yang telah memiliki produk siap jual dan menunjukkan minat untuk mengembangkan usahanya ke pasar ekspor.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarkan 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.



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 berikut:

a. 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).

b. Pengembangan Mindset Kewirausahaan:

Sesi motivasi dan pengembangan kemampuan adaptasi, negosiasi, serta resilience dalam menghadapi pasar global.

Pelaksanaan :

Waktu dan Lokasi

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

1. Workshop Interaktif:

Setiap modul dilengkapi dengan studi kasus nyata dari UMKM Bogor yang telah berhasil ekspor.

2. Simulasi Proses Ekspor:

Peserta melakukan praktik pengisian dokumen ekspor dan negosiasi dengan buyer internasional melalui roleplay.

Strategi Penyuluhan:

- Pelatihan Berjenjang:
- Level Dasar: prosedur ekspor
- Level Lanjut: negosiasi, marketing digital ekspor
- Level Master: strategi ekspor berkelanjutan

3. Pendampingan Berkelanjutan:

Setelah pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan selama 3 bulan melalui grup konsultasi dengan mentor ahli dan praktisi.

- Mentorship Ekspor:

Pendampingan oleh eksportir sukses Bogor  
Kunjungan ke pelabuhan/bandara ekspor

b. Praktik Langsung:

Pendampingan pada pameran internasional  
virtual/nyata

Simulasi pembuatan dokumen ekspor

4. Kunjungan Lapangan:

Studi banding ke pelabuhan atau perusahaan  
ekspor untuk melihat langsung proses  
ekspor.

5. Sumber dan Narasumber

a. Ahli Teoretis:

Dosen dan peneliti dari Universitas  
Pamulang berpengalaman dalam studi dan  
seorang eksportir.

b. Institusi Pendukung: Sekolah Ekspor  
Kolaborasi dengan Dinas Perindustrian dan  
Perdagangan Kota Bogor untuk  
menyediakan sumber daya dan fasilitas.

6. Evaluasi Keberhasilan

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.

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,  
mendukung 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:

a. 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.

b. Produk Kerajinan (Handicraft):  
Terutama keramik dan gerabah dengan motif khas Bogor (Sundawi) serta produk anyaman yang diekspor ke pasar Eropa dan Amerika.

c. 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.

## KESIMPULAN

Penyuluhan ekspor yang terstruktur dan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kapasitas serta daya saing UMKM. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diberikan pemahaman yang komprehensif mengenai prosedur dan regulasi ekspor, sekaligus dibekali keterampilan praktis dalam mengelola

proses ekspor produk secara mandiri. Selain itu, penyuluhan ini membantu UMKM dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar internasional yang sesuai dengan karakteristik produk lokal. Pendekatan yang diterapkan mencakup proses dari hulu ke hilir dengan pendampingan berkelanjutan, sehingga UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga dukungan nyata dalam implementasinya. Keberhasilan program diharapkan tercermin dari peningkatan pemahaman prosedur ekspor pada minimal 40% peserta, 25% UMKM yang mulai melakukan ekspor dalam waktu satu tahun, peningkatan nilai ekspor UMKM Kota Bogor sebesar minimal 30%, serta meningkatnya diversitas produk ekspor yang mencerminkan kekayaan sumber daya lokal dan kreativitas pelaku usaha.

## REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, \*50\*(2), 179-211.

- Aprilianto, R., & Nurfadila, N. (2022). Peran strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia: Tinjauan literatur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, \*15\*(1), 45-60.
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. (2024). \*Statistik ekspor-impor Kota Bogor 2023\*. BPS Kota Bogor.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, \*17\*(1), 99-120.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bogor. (2022). Profil data UMKM Kota Bogor tahun 2022. Pemerintah Kota Bogor.
- Dinas Koperasi, UKM Kota Bogor. (2023). Laporan tahunan perkembangan UMKM Kota Bogor tahun 2023. Pemerintah Kota Bogor.
- DPRD Kota Bogor. (2023). Risalah rapat dengar pendapat umum (RDPU) dengan dinas terkait tentang peningkatan ekspor UMKM Kota Bogor. Sekretariat DPRD Kota Bogor.
- Goodman, L. W., & Mayer, C. (2018). Homeownership and the American Dream. *Journal of Economic Perspectives*, \*32\*(1), 31-58.
- 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.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Laporan kinerja tahun 2022: Akselerasi daya saing UMKM Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Pedoman praktis prosedur ekspor untuk UMKM. Kementerian Perdagangan RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2006). SME internationalization and performance: Growth vs. profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, \*4\*(1), 27-48.
- OECD. (2018). *Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity and inclusive growth: OECD 2018*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/9789264302917-en>



- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- 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>
- 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.
- 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.
- Suryani, E. (2024). Mentalitas kewirausahaan dan kinerja ekspor UMKM: Sebuah studi fenomenologi. Penerbit Universitas Indonesia.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.
- 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>
- 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>