

INFOKAM

INFORMASI KOMPUTER AKUNTANSI DAN MANAJEMEN

ISSN 1829 - 7458
E-ISSN 2798 - 4753

**SK DIREKTUR AMIK "JTC" SEMARANG
NO. 7258/AMIK-JTC/DIR/III/2024**

Penasehat : Kolonel Ctp (Pur) Drs. Satriya Wardana (Direktur)
Pengarah : Sugeng Murdowo, S.Kom, M.Kom (Ketua SPMI)

Penanggung Jawab : Anton Sujarwo, S.Kom, M.Si (Ketua Progd KA)
Agus Pitoyo, S.E, M.Si (Ketua Progd MI)

Ketua Dewan Redaksi

Wahjono, SE, M.Si (Ketua Editor)

Sekretaris Editor

Anton Sujarwo, S.Kom, M.Si

Bendahara

Agus Pitoyo, SE., M.Si

Anggota Dewan Editor

Subianto, S.Kom., M.Kom

Agustiyar, S.Kom., M.Kom

Dr. Heru Sulisty, SE, MSi (STIE Dharmaputra)

Editor Teknis Dan Pelaksana

Sugeng Murdowo, S.T, S.Kom, M.Kom

Mitra Bestari Peer Reviewer

Komputer

Daniel Alfa Puryanto, M.Kom (STMIK AKI Pati)

Aslam Fathkudin, M.Kom (Univ. Muh. Pekajangan Pekalongan)

Entot Suhartono, M.Kom (Univ. Dian Nuswantoro)

Fata Nida'ul Khasanah, M.Eng (Univ. Bhayangkara Jakarta Raya)

Akuntansi

Dr. Heru Sulistiyo, M.Si, Akt (STIE Dharmaputra)

Dr. Arini Novandalina, SE., M.Si (STIE Semarang)

Manajemen

Prof. Dr. Amron, SE. MM (Univ. Dian Nuswantoro)

Entot Suhartono, M.Kom (Univ. Dian Nuswantoro)

Section Editor

Subianto, S.Kom, M.Kom

Administrasi Keuangan

Anintya Rizky N, A.Md

Distribusi

Rizky Viandari, S.Pd

Jurnal Ilmiah INFOKAM terbit minimal setiap 6 bulan sekali (2 X dalam setahun, bulan Maret & September) oleh AMIK "JTC" Semarang dengan maksud sebagai media informasi tentang Komputer, Akuntansi dan Manajemen bagi Sivitas Akademika pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Alamat Redaksi / Penerbit :

Badan Penerbit Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (BP-P3M)

AKADEMI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER

"JAKARTA TEKNOLOGI CIPTA"

Jl. Kelud Raya No. 19 Telp. 024 – 8310002 Semarang

www.amikjtc.com/jurnal, email : infokam.amikjtc@gmail.com

INFOKAM

INFORMASI KOMPUTER AKUNTANSI DAN MANAJEMEN

ISSN 1829 - 7458
E-ISSN 2798 - 4753

DAFTAR ISI

Peran Penting Kegiatan Ekspor Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Nadya Rizqi Apriliana, Alek Candra Iswanto	1 – 7
Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Pada Salon Victory Sindi Diana, Wahjono.....	8 – 16
Transformasi Digital Dalam Akuntansi: Peran Penting Komputerisasi Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Agus Pitoyo, Wahjono	17 – 21
Perancangan Sistem Informasi Pendataan Hilang Temu Kendaraan Motor Polda Jateng Jati Soni Waluyo, Sugeng Murdowo, Fata Nidaul Khasanah.....	22 – 31
Perancangan Sistem Informasi Persediaan Barang PT. Natural Nusantara Berbasis Web Karina Apriani, Siti Mutmainah, Idayu Rahmadewi.....	32 – 44
Perancangan Sistem Informasi Pengarsipan Surat Masuk dan Surat Keluar di MA Yafalah Berbasis Web Offline Achmad Nur Faizin, Sugeng Murdowo, Anton Sujarwo	45 – 53
Membangun Sistem Informasi Penjualan Roti Berbasis WEB (Studi Kasus Kiky Bakery) Siti Rukhayah N Ai., Wafi Arifin, Anita Sulistyawati	54 – 60
Perancangan Sistem Informasi Persediaan Barang Dengan Metode Waterfall Subianto	61 –70

Peran Penting Kegiatan Ekspor Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Nadya Rizqi Apriliana¹⁾, Alek Candra Iswanto²⁾

nadyarizqi@gmail.com¹⁾, alectroporia@gmail.com²⁾

Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis¹⁾, Komptersasi Akuntansi²⁾

Universitas Muhammadiyah Semarang¹⁾, AMIK JTC Semarang²⁾

Abstrak

Ekspor adalah kegiatan mengirimkan produk barang atau jasa dari dalam negeri ke luar negeri. Sedangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Kegiatan ekspor sangat penting bagi para pelaku UMKM karena memberikan banyak manfaat bagi UMKM, termasuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis, penciptaan lapangan kerja, peningkatan penjualan, dan percepatan naik kelas. Untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam kegiatan ekspor, diperlukan strategi seperti penguatan kapasitas, perluasan akses pasar, kampanye kesadaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Dengan beberapa dukungan dari pemerintah dan cara berpartisipasi yang tepat pula akan meningkatkan dan mendorong para pelaku UMKM untuk ikut serta dalam kesuksesan pengeksportan produk

Kata Kunci : Ekspor, UMKM, Bisnis

Abstrack

Export is the activity of sending goods or services from within the country to abroad. Meanwhile, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the meaning of enterprises or businesses carried out by individuals, groups, small business entities or households. Export activities are very important for MSME players because they provide many benefits for MSMEs, including business growth and development, job creation, increased sales, and accelerated promotion. To increase MSME participation in export activities, strategies are needed such as strengthening capacity, expanding market access, awareness campaigns and utilizing digital technology. With some support from the government and the right way of participating, it will also increase and encourage MSME players to participate in the success of product exporting.

Keywords: Export, MSMEs, Business

1. Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan sistem perekonomian yang sangat terbuka, memiliki ketergantungan yang besar pada perdagangan luar negeri. Ekspor memiliki peran penting dalam meningkatkan devisa negara, yang pada gilirannya mendukung pembangunan nasional dan menjaga keseimbangan neraca perdagangan. Di tengah upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi fokus utama.

Pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan terus menggalakkan sektor UMKM sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Pasar ekspor, dengan potensinya yang besar, menjadi peluang yang sangat menarik bagi UMKM untuk memperluas cakupan pasarnya ke luar negeri.

Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai hambatan dalam menjalankan usahanya. Keterbatasan akses pasar, terbatasnya sumber daya yang dimiliki, dan kurangnya pengetahuan tentang pasar luar negeri merupakan beberapa tantangan utama yang dihadapi. Oleh karena itu, perlu adanya upaya konkret untuk membantu UMKM mengatasi hambatan tersebut dan memanfaatkan potensi pasar ekspor secara maksimal.

Di era globalisasi sekarang, yang ditandai dengan perkembangan teknologi digital dan globalisasi, keterkaitan antara ekspor dan UMKM di Indonesia menjadi semakin relevan dan krusial. Transformasi digital menawarkan peluang baru bagi UMKM untuk mengatasi beberapa hambatan yang sebelumnya sulit diatasi, seperti keterbatasan akses pasar dan sumber daya.

2. Landasan Teori

a Ekspor

Ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa ke luar negeri. Sementara itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian ekspor adalah pengiriman barang dagangan ke

luar negeri. Sederhananya, pengertian ekspor dikenal sebagai aktivitas mengeluarkan produk barang dari dalam negeri ke luar negeri dengan tetap memenuhi standar peraturan dan ketentuan tertentu. Biasanya, suatu negara akan melakukan kegiatan ekspor jika mereka mampu menghasilkan barang dalam jumlah yang cukup besar, dan kebutuhan dalam negerinya sudah terpenuhi.

Definisi ekspor menurut para ahli, 1) Amir M.S. Pengertian ekspor adalah mengeluarkan barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirimkan ke luar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam valuta asing. 2) Daud Kobi S.T. Pengertian ekspor adalah pengiriman barang ke luar daerah Pabean Indonesia. (Kobi, Daud S.T, 2016:2) 3) Andi Susilo. Pengertian ekspor adalah kegiatan pengeluaran barang dari daerah pabean. (Susilo, Andi, 2013:21). 4) Andri Feriyanto. Pengertian ekspor adalah perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam ke luar wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. (Feriyanto, Andri, 2016:75). 5) Marzuki Yahya. Pengertian ekspor adalah pengiriman barang ke luar daerah dari wilayah Negera Indonesia. (Yahya, Marzuki, 2016:29). 6) Undang-Undang Kepabeanan. Pengertian Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2006).

Dokumen yang Diperlukan untuk Ekspor

- 1) NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- 2) TDP (Tanda Daftar Perusahaan)
- 3) SIUP (Surat Izin Perdagangan)
- 4) NIK (Nomor Identitas Kepabeanan)
- 5) Faktur. Faktur berisikan informasi tentang barang yang akan dikirim.
- 6) Packing list. Packing list memuat informasi tentang barang yang akan dikirim.
- 7) *Bill of Lading* (B/L). Tanda terima pengangkutan barang sebagai perantara antara pengirim dan penerima barang. Selain itu juga sebagai bukti akad pengangkutan.
- 8) *Shipping Order*. Surat yang ditujukan oleh pengirim atau eksportir kepada perusahaan pelayaran untuk menerima dan memuat barang-barang yang ditentukan di dalamnya. Surat ini memuat identitas pengirim dan informasi lengkap tentang kargo yang akan dikirim.
- 9) PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang). PEB adalah dokumen pabean yang digunakan untuk memberikan informasi tentang ekspor barang.
- 10) Surat Keterangan Asal (COO). Berisi informasi asal barang berdasarkan kesepakatan dalam suatu perjanjian antar negara.

Langkah-langkah Kegiatan Ekspor

1) *Sales of Contract*

Importir akan mengirimkan *sales confirmation* kepada eksportir sebagai tanda jadi transaksi. Ketika kedua belah pihak setuju dengan penawaran yang diajukan, selanjutnya importir dan eksportir membuat dan menandatangani kontrak komersial.

2) Penerbitan *Letter of Credit* (L/C)

Letter of Credit adalah langkah kedua ketika melakukan produk ekspor. Importir akan membuka *letter of credit* melalui bank koresponden di negaranya. Setelah itu, mereka mengirimkan *letter of credit* ke Bank Devisa yang ditunjuk, untuk menginformasikan kepada eksportir bahwa *letter of credit* telah diterima.

3) Pendaftaran Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

Eksportir mendaftarkan Pemberitahuan Ekspor Perdagangan (PEB) ke Bank Devisa, dengan melampirkan surat promes apabila barang ekspor tersebut dikenakan bea keluar.

4) Hubungi Jasa Kirim Kargo

Setelah mendaftarkan PEB, eksportir menghubungi jasa pengiriman kargo kemudian melakukan konsultasi moda pengiriman terbaik untuk barang yang akan dikirim.

5) Pengisian dan Pengiriman Barang

Perusahaan pengiriman kargo dapat membantu eksportir untuk mengurus izin barang ke pelabuhan dan ke kapal.

6) Pemeriksaan Pabean

Di pelabuhan, bea cukai akan memeriksa dokumen ekspor. Jika perlu, bea cukai juga akan memeriksa barang tersebut. Apabila barang dan dokumen yang menyertainya sudah sesuai, bea cukai akan menandatangani izin pemuatan di atas PEB.

7) Pemuatan Barang ke Kapal

Setelah Bea Cukai menandatangani PEB, barang dapat dimuat ke kapal. Kemudian, otoritas pengapalan menerbitkan *bill of lading* (B/L) kepada eksportir

8) Pencairan L/C

Ketika barang sudah dikirim, eksportir dapat pergi ke bank untuk mencairkan L/C. Selain itu, dokumen yang diserahkan ke bank adalah B/L, *Commercial Invoice*, *Packing List* dan PEB.

9) Pengiriman Barang ke Importir

Langkah terakhir, importir akan mendapatkan barangnya.

b Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian Masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada Masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan adanya dukungan yang kuat dari pemerintah.

1) Pengertian UMKM dijelaskan No. 20 Tahun 2008, adalah :

- a). Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro diatur dalam undang-undang ini.
- b). Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c). Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah mendapatkan hasil kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2) Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Ada beberapa kriteria-kriteria tertentu supaya sebuah usaha dapat dikatakan sebagai UMKM. 1) Usaha Mikro, dikatakan sebagai UMKM apabila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp300.000.000 dan memiliki asset bersih minimal sebanyak Rp50.000.000. 2) Usaha Kecil, dikatakan sebagai UMKM apabila memiliki keuntungan berkisar dari angka Rp300.000.000 sampai Rp2.500.000.000. 3) Usaha Menengah, dikatakan sebagai UMKM apabila memiliki keuntungan sebesar Rp2.500.000.000 sampai Rp50.000.000.000 dan asset bersih sebesar Rp500.000.000 dalam satu tahun.

3. Pembahasan

a. Peran UMKM dalam Perekonomian Global

UMKM memiliki peranan penting bagi perekonomian global, pendataan lengkap koperasi dan UMKM 2022 dan tercatat 9,11 juta usaha di Indonesia, yang terdiri dari 9,09 juta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan 20 ribu koperasi (Kementerian Koperasi dan UKM) .

UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap lebih kurang 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4 persen dari total investasi (data semester I tahun 2021). Dengan begitu, bisa dilihat bahwa UMKM memiliki peran yang penting untuk membantu pertumbuhan ekonomi negara, mengurangi ketimpangan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, dan memperkuat pertahanan ekonomi nasional.

b. Keterkaitan Ekspor dan UMKM

Keterkaitan antara ekspor dan UMKM sangatlah signifikan bagi perekonomian global. Ekspor berfungsi sebagai *platform* dan sarana bagi UMKM untuk memperluas usaha mereka ke pasar internasional, sehingga meningkatkan pendapatan dan daya saing. Di sisi lain, UMKM memainkan peran kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mengurangi kemiskinan. Kombinasi antara ekspor dan kekuatan UMKM dapat mendorong inovasi, meningkatkan kualitas produk, dan mengurangi ketergantungan pada pasar domestik. Hal ini pada gilirannya membantu menciptakan ekonomi yang lebih stabil dan berkelanjutan.

c. Pentingnya Ekspor bagi UMKM

Kegiatan ekspor memiliki peran yang sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam mendukung keberlangsungan ekonomi masyarakat. Tujuan utama dari ekspor UMKM adalah untuk meningkatkan kualitas pasar dan keunggulan kompetitif produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM, sehingga mampu bersaing di pasar internasional.

Ekspor memberikan kesempatan bagi UMKM untuk membawa *branding* mereka ke tingkat global, menunjukkan bahwa produk mereka telah memenuhi standar internasional. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra dan reputasi UMKM tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas dan diversifikasi pendapatan.

Dengan demikian, kegiatan ekspor menjadi sangat penting untuk mendorong masyarakat lokal dan nasional agar dapat berpartisipasi dalam pasar internasional, memperluas jangkauan produk mereka, dan meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

d. Tantangan yang Dihadapi UMKM dalam Berpartisipasi Kegiatan Ekspor

Tantangan yang akan dihadapi para pelaku UMKM untuk melakukan ekspor adalah, 1) Daya Saing Produk di Negara Tujuan Ekspor. Di tengah lonjakan inflasi saat ini, konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Produk UMKM harus memiliki daya saing tinggi dengan harga yang terjangkau untuk menarik konsumen di pasar global. 2) Kualitas Produk. Untuk memenuhi permintaan pasar global, pelaku UMKM harus konsisten dalam menjaga kualitas produk mereka. Kenaikan permintaan dapat menantang kapasitas produksi, sehingga UMKM harus memastikan kualitas tetap terjaga. 3) Sumber Daya Manusia (SDM). Banyak pelaku UMKM yang masih kurang paham tentang regulasi dan prosedur ekspor. Kurangnya kapasitas SDM yang kompeten menjadi hambatan signifikan dalam proses ekspor. 4) Masalah Pembiayaan atau Pendanaan. Akses permodalan yang terbatas menjadi tantangan besar. Biaya tinggi yang dibutuhkan untuk transaksi, kontrak, logistik, dan sertifikasi seringkali tidak bisa terpenuhi oleh UMKM karena kurangnya akses ke pendanaan yang memadai. 5) Rumitnya Prosedur Legalitas. Proses perizinan yang rumit dan lama serta perbedaan persyaratan antara negara tujuan ekspor dapat menghambat UMKM dalam menembus pasar internasional.

Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan upaya yang terpadu dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku industri, untuk memberikan dukungan dan solusi yang tepat bagi UMKM dalam menjalankan kegiatan ekspor.

e. Manfaat Ekspor bagi UMKM

Dengan memanfaatkan kegiatan ekspor ini para pelaku UMKM dapat, 1) Pertumbuhan dan Pengembangan Bisnis. Ekspor mendorong UMKM untuk terus belajar dan menyesuaikan diri dengan menciptakan produk berkualitas tinggi yang dapat diterima oleh pasar global. Produk yang memiliki kualitas tinggi akan lebih diminati oleh konsumen internasional, sehingga membantu bisnis tumbuh dan berkembang. 2) Membuka Lapangan Pekerjaan Baru. Ketika produk UMKM berhasil diekspor dan permintaan meningkat, kebutuhan akan tenaga kerja juga akan bertambah. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang pada gilirannya membantu mengurangi angka pengangguran. 3) UMKM Lebih Cepat Naik Kelas. Memulai ekspor menunjukkan bahwa UMKM telah menjadi pelaku usaha yang adaptif dan kompetitif. UMKM yang mampu melakukan inovasi produk untuk pasar internasional menunjukkan potensi untuk naik kelas lebih cepat, meningkatkan posisi mereka dalam ekonomi nasional. 4) Meningkatkan Penjualan. Ekspor membuka peluang untuk

meningkatkan permintaan produk secara signifikan. Dengan pasar internasional yang lebih luas, UMKM memiliki potensi untuk menerima keuntungan yang lebih besar dari peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan, ekspor memberikan banyak peluang bagi UMKM untuk berkembang, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penjualan, dan menjadi lebih kompetitif di pasar global.

f. Strategi untuk Meningkatkan Partisipasi UMKM dalam Kegiatan Ekspor

Meningkatkan partisipasi UMKM dalam kegiatan ekspor merupakan langkah penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berikut beberapa strategi yang dapat dilakukan.

Pertama, Penguatan Kapasitas dan Daya Saing. UMKM perlu dibekali dengan berbagai pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kualitas produk dan kemampuan bersaing di pasar global. Langkah ini juga bertujuan untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan siap menghadapi tantangan ekspor.

Kedua, Memperluas Akses Pasar dan Informasi. UMKM harus diberikan fasilitas yang lengkap dan baik untuk membantu dalam memasarkan produknya. Selain itu, mereka juga memerlukan informasi yang akurat tentang dokumen yang dibutuhkan, langkah-langkah ekspor, serta peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi. Informasi ini akan memudahkan UMKM dalam menjalankan kegiatan ekspor.

Ketiga, Mengadakan Kampanye Kesadaran. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran UMKM tentang peluang dan manfaat ekspor, serta memberikan motivasi bagi mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekspor. Melalui kampanye, UMKM dapat lebih memahami keuntungan yang bisa diperoleh dari menjangkau pasar internasional.

Keempat, Pemanfaatan Teknologi Digital. UMKM harus diarahkan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan ekspor. Teknologi digital mempermudah UMKM untuk menjangkau pasar global dan membuat promosi online yang menarik bagi pelanggan internasional. Di era digital saat ini, teknologi memainkan peran penting dalam menghubungkan UMKM dengan pasar global secara efisien dan efektif.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan partisipasi UMKM dalam kegiatan ekspor akan meningkat, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

g. Studi Kasus

Kisah Uly Darojah dan Ririn (UMKM) yang Berhasil Menembus Pasar Ekspor. Uly Darojah pengusaha wanita pemilik *Birdnestjoy* yang merupakan usaha budidaya dan minuman sarang burung walet, sementara Ririn pengusaha wanita pemilik *Family Food* yang bergerak dibidang pengelolaan olahan ikan yang berasal dari Gresik. Mereka berdua memulai usaha bisnisnya dengan skala yang kecil yaitu dari dapur rumah. Awalnya mereka hanya menaruh sasaran pada pasar lokal, tidak terbesit sama sekali untuk melakukan ekspor sendiri karena mendengar rumor kalau prosedur ekspor itu sangat rumit. Namun setelah mereka mendapat bimbingan dari Klinik Ekspor Bea Cukai Gresik akhirnya produk mereka tembus ke pasar ekspor. Saat ini produk *Birdnestjoy* sudah sampai ke Hongkong dan juga sedang dalam proses ekspor ke Jepang, sedangkan produk *Family Food* sudah diminati oleh warga Malaysia.

Uly dan Ririn sering mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Klinik Ekspor Bea Cukai, hasil yang didapatkan dari pelatihan tersebut sangat membantu mereka untuk dapat melakukan pengeksporan produknya. Mereka juga diberi pemahaman tentang pengenalan produk dengan menggunakan Bahasa Inggris dan cara pengemasan produk yang benar dan aman.

Kesempatan untuk melakukan ekspor ternyata tidak hanya berdampak pada pangsa pasar yang semakin luas, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pembeli. Tentu saja, ini berimplikasi pada omset yang semakin meningkat. Selain itu, terbukanya kesempatan ekspor otomatis meningkatkan permintaan atas produk UMKM tersebut. Alhasil, pengusaha UMKM harus gencar menambah kapasitas produksi. Tentu saja ini berdampak positif terhadap penciptaan lapangan kerja.

Kisah Uly Darojah dan Ririn memang sangat menginspirasi. Mereka membuktikan bahwa dengan tekad dan kegigihan, bahkan bisnis skala kecil pun bisa sukses menembus

pasar ekspor. Dengan kemauan dan akses kepada sumber daya yang tepat, UMKM lokal bisa bersaing di pasar global dan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi. Semoga kisah inspiratif mereka menjadi motivasi bagi banyak para pelaku UMKM lainnya untuk tidak takut mengambil langkah menuju pasar internasional.

h. Peran Pemerintah dalam Mendukung Kegiatan Ekspor UMKM

Peran pemerintah dalam mendukung UMKM dalam proses internasionalisasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis mereka. Melalui kebijakan yang tepat, pemerintah dapat memberikan dorongan bagi UMKM untuk terlibat dalam ekspor, meningkatkan komoditas ekspor, dan memberikan perlindungan agar UMKM mampu bersaing dengan produk-produk dari luar.

Kementerian Koperasi dan UKM telah merumuskan lima langkah kebijakan untuk memberdayakan koperasi dan UMKM hingga tahun 2014, yang terkait dengan rencana pembangunan jangka panjang.

- 1) Pertama, pemerintah fokus pada menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM. Ini termasuk penyediaan regulasi yang jelas, infrastruktur yang memadai, serta dukungan keuangan yang cukup untuk mendukung pertumbuhan UMKM.
- 2) Kedua, pemerintah berupaya mengembangkan produk pemasaran bagi UMKM. Hal ini melibatkan dukungan dalam pengembangan produk yang inovatif dan berkualitas, serta strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar internasional.
- 3) Ketiga, peningkatan daya saing Sumber Daya Manusia (SDM) UMKM menjadi prioritas. Pemerintah memberikan dukungan dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pelaku UMKM agar mereka mampu bersaing dalam pasar global yang semakin kompetitif.
- 4) Keempat, pemerintah juga fokus pada memperkuat kelembagaan koperasi. Koperasi dapat menjadi platform yang kuat bagi UMKM dalam hal akses pasar, sumber daya, dan dukungan lainnya.

Dengan implementasi kebijakan yang kokoh dan berkesinambungan, diharapkan UMKM dapat lebih siap dan mampu untuk memanfaatkan peluang pasar internasional. Hal ini akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi negara serta peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM.

i. Perluasan Ekspor Produk Indonesia melalui *ASEAN Online Sale Day (AOSD)*

ASEAN Online Sale Day (AOSD) atau Hari Belanja Daring ASEAN adalah inisiatif belanja daring yang dilakukan secara serentak oleh *platform e-commerce* di sepuluh negara ASEAN. AOSD diselenggarakan bertepatan pada hari ulang tahun ASEAN, yaitu tanggal 8 Agustus, dan telah berlangsung sejak tahun 2020. Acara ini melibatkan pelaku usaha di kawasan ASEAN yang menyediakan barang dan jasa melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

AOSD menawarkan kesempatan yang berharga bagi Indonesia untuk mempromosikan dan membangun citra produk lokal nusantara di kancah ASEAN, sekaligus mendorong dan meningkatkan kegiatan ekspor produk Indonesia. Melalui partisipasi dalam AOSD, UMKM Indonesia dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan mendapatkan eksposur yang lebih besar di pasar internasional.

j. Dampak positif dari kegiatan *ASEAN Online Sale Day (AOSD)*

Partisipasi dalam AOSD diharapkan dapat memajukan UMKM, meningkatkan jumlah UMKM yang berorientasi ekspor, dan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan meningkatnya aktivitas ekspor, lebih banyak lapangan pekerjaan dapat tercipta, yang pada gilirannya dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. Selain itu, peningkatan devisa dari ekspor akan mendukung pembangunan nasional dan menjaga keseimbangan neraca perdagangan.

Melalui upaya yang terkoordinasi dan strategis, AOSD dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan produk Indonesia ke pasar internasional dan memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian global. Dengan demikian, UMKM dapat terus berkembang, berinovasi, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan ekonomi nasional.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil, kegiatan ekspor adalah kegiatan mengirimkan produk barang atau jasa dari dalam negeri ke luar negeri. Sedangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Kegiatan ekspor sangat penting bagi para pelaku UMKM karena memberikan banyak manfaat bagi UMKM, termasuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis, penciptaan lapangan kerja, peningkatan penjualan, dan percepatan naik kelas. Untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam kegiatan ekspor, diperlukan strategi seperti penguatan kapasitas, perluasan akses pasar, kampanye kesadaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Bisa dilihat melalui kisah Uly Darojah dan Ririn, jika kita mau untuk berusaha maka bisnis yang dimulai dari skala kecil mampu menembus ke pasar global melalui kegiatan ekspor dan memberikan banyak keuntungan bagi mereka berdua. Dengan beberapa dukungan dari pemerintah dan cara berpartisipasi yang tepat pula akan meningkatkan dan mendorong para pelaku UMKM untuk ikut serta dalam kesuksesan pengeksporan produk mereka.

Daftar Pustaka

- Adi, H. (2022, Januari 24). Pengertian Ekspor dan Impor Menurut Para Ahli, Ketahui Manfaatnya untuk Negara.
- Bisnis, K. (2022, Juli 13). 5 Tantangan UMKM untuk Tembus Pasar Ekspor, Mahalnya Biaya Jadi Salah Satunya.
- DPMPTKP1. (2021, Desember 11). Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia.
- Dr. Lestari Moerdijat S.S., M. (2024, Januari 11). Data sektor UMKM Harus Mampu Mengakselerasi Pertumbuhan Ekonomi Rakyat.
- Express, A. (2021). Langkah-Langkah dan Syarat Dokumen Ekspor Barang ke Luar Negeri.
- Haspramudilla, D. (2022, Juli 15). Kisah Sukses UMKM Gresik Masuk Pasar Global Berkat Klinik Ekspor.
- Negeri, P. P. (2021). *Analisis Peningkatan Peran UMKM terhadap Ekspor Nasional*.
- Selor, M. J. (2023, Juli 15). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat.
- Soukotta, Z. A. (2023, Agustus 23). 4 Alasan UMKM Harus Mengekspor Barang, Raih Cuan dari Pasar Global!