



---

PENGUATAN KAPASITAS UMKM KABUPATEN NGANJUK DALAM  
TRANSFORMASI MENUJU PELAKU EKSPOR BERBASIS AKSES  
INFORMASI PERDAGANGAN GLOBAL

---

Yesa Cahyaning Ramadhani<sup>1\*</sup>, Anindhyta Budiarti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Narotama, Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Indonesia

email [yesa@narotama.ac.id](mailto:yesa@narotama.ac.id)

**ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi strategis terhadap perekonomian nasional, namun sebagian besar masih berorientasi pada pasar domestik dan menghadapi keterbatasan dalam akses ekspor. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM di Kabupaten Nganjuk agar mampu menjadi pelaku ekspor dan memiliki akses terhadap informasi perdagangan global. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan observasi, identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai prosedur ekspor, pemanfaatan platform digital, dan akses terhadap informasi pasar internasional. Program ini juga mendorong perubahan orientasi usaha dari pasar lokal menuju pasar global. Dengan demikian, kegiatan pendampingan berbasis partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM menuju pasar ekspor.

**Kata Kunci:** UMKM; ekspor; digitalisasi; perdagangan global; pendampingan

**ABSTRACT:**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the national economy, yet most are still domestically oriented and face limitations in export access. This community service aims to enhance the capacity of MSMEs in Nganjuk Regency to become export-oriented businesses and gain access to global trade information. The method applied is Participatory Action Research (PAR), involving observation, problem identification, training, mentoring, and evaluation. The results indicate significant improvement in MSMEs' understanding of export procedures, utilization of digital platforms, and access to international market information. The program also encouraged a shift in business orientation from local to global markets. Therefore, participatory-based assistance has proven effective in improving MSMEs' competitiveness toward export markets.*

**Keywords:** MSMEs; export; digitalization; global trade; mentoring

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi yang sangat signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Data menunjukkan

bahwa UMKM menyumbang sekitar 60–61% terhadap PDB nasional serta menyerap hingga 97% tenaga kerja di Indonesia . Hal ini menegaskan bahwa keberadaan UMKM memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, baik dari sisi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusi terhadap produk domestik bruto. Namun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi hambatan dalam memperluas pasar ke tingkat internasional, khususnya terkait literasi ekspor dan pemanfaatan teknologi digital. Perkembangan digitalisasi perdagangan global membuka peluang besar bagi UMKM untuk masuk ke pasar internasional melalui platform digital dan *marketplace* global. Namun, rendahnya literasi perdagangan internasional dan keterbatasan akses informasi menjadi kendala utama bagi pelaku usaha di daerah (Azaria & Fauziah, 2023)

Fenomena lain yang memperkuat permasalahan ini adalah rendahnya tingkat digitalisasi UMKM. Meskipun jumlah UMKM yang telah masuk ke ekosistem digital meningkat menjadi sekitar 25,4 juta unit pada tahun 2023, masih terdapat puluhan juta UMKM yang belum terdigitalisasi . Padahal, digitalisasi merupakan faktor kunci dalam membuka akses pasar global, meningkatkan efisiensi bisnis, serta memperluas jaringan pemasaran lintas negara.

Selain itu, terdapat fenomena *digitalisasi semu*, di mana sebagian UMKM hanya berperan sebagai reseller produk impor di platform digital, sehingga nilai tambah ekonomi tidak sepenuhnya dinikmati oleh pelaku usaha lokal . Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang terjadi belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan kapasitas produksi dan daya saing produk lokal di pasar global.

Di Kabupaten Nganjuk, kondisi tersebut juga terjadi pada sebagian besar UMKM, terutama pada sektor makanan, kerajinan, dan produk lokal unggulan. Pelaku UMKM masih belum memahami prosedur ekspor, standar produk internasional, serta strategi pemasaran digital global. Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa digitalisasi dan inovasi produk menjadi faktor utama kesiapan UMKM memasuki pasar global (Fitriyani et al., 2025). Dalam konteks daerah, seperti Kabupaten Nganjuk, permasalahan tersebut menjadi lebih kompleks. Sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal literasi ekspor, pemahaman standar internasional, akses terhadap informasi perdagangan global, serta pemanfaatan teknologi digital. Padahal, UMKM di daerah memiliki potensi besar, terutama pada sektor produk unggulan seperti makanan olahan, kerajinan, dan produk berbasis lokal yang memiliki peluang tinggi untuk menembus pasar ekspor.

Secara teoritis, transformasi UMKM menuju pasar global membutuhkan integrasi antara peningkatan kapasitas sumber daya manusia, adopsi teknologi digital, serta akses terhadap informasi pasar internasional. Pemerintah sendiri telah mendorong UMKM untuk “go global” agar dapat menjadi bagian dari rantai pasok global . Namun, masih terdapat kesenjangan antara kebijakan yang ada dan implementasi di tingkat pelaku UMKM, khususnya di daerah.

Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan suatu upaya strategis melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada transformasi UMKM menjadi pelaku ekspor. Pendekatan ini tidak hanya menitikberatkan pada pelatihan teknis, tetapi juga pada pendampingan berkelanjutan dalam mengakses informasi perdagangan global dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, kegiatan ini menjadi penting untuk menjembatani kesenjangan antara potensi UMKM dan realisasi keterlibatannya dalam perdagangan internasional, khususnya di Kabupaten Nganjuk.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini dipilih karena menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam proses transformasi usaha.

Tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Observasi dan survei lokasi Mengidentifikasi kondisi awal UMKM di Kabupaten Nganjuk.
2. Wawancara dan diskusi kelompok terbatas Menggali kendala utama terkait ekspor dan digitalisasi usaha.
3. Pelatihan dan pendampingan Materi meliputi prosedur ekspor, dokumen ekspor, *market intelligence*, penggunaan marketplace global, dan pemasaran digital.
4. Evaluasi program Mengukur perubahan pengetahuan dan kesiapan ekspor UMKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Nganjuk, pada umumnya pesertanya merupakan UMKM yang sudah memiliki pangsa pasar yang besar tetapi mereka mempunyai kendala dalam hal pemasaran yang global atau menuju ekspor. Di sini UMKM "Bawang Goreng" Nganjuk sangat terkenal dengan kelezatan unik dalam bentuk taburan bawang goreng yang renyah dan gurih, cocok untuk pelengkap atau bahkan camilan langsung. Apa yang membuat bawang goreng asal Nganjuk berbeda? Kuncinya ada pada bahan baku dan teknik pengolahan. Para produsen lokal biasanya menggunakan bawang merah berkualitas tinggi, baik dari Nganjuk sendiri maupun dari daerah seperti Brebes. Setelah dikupas dan diiris tipis, bawang digoreng dengan teknik tradisional menggunakan minyak kelapa atau minyak nabati yang dipanaskan dengan suhu stabil.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat kali ini untuk meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar global. Penguatan Komunitas dan Kolaborasi dan terbentuknya komunitas UMKM "Bawang Goreng" yang saling mendukung dan berbagi pengalaman dalam mengembangkan usaha di pasar global. UMKM mampu berkolaborasi untuk memenuhi pesanan dalam skala besar.

## **Hasil yang dicapai untuk peningkatan standar kualitas UMKM**

## 1. Kondisi Awal UMKM di Kabupaten Nganjuk

Hasil observasi dan survei lapangan menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Kabupaten Nganjuk masih berorientasi pada pasar lokal dan regional. Produk yang dihasilkan umumnya berupa makanan olahan, kerajinan, dan produk berbasis sumber daya lokal. Namun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi beberapa kendala utama, yaitu:

- 1) Rendahnya pemahaman terkait prosedur ekspor,
- 2) Keterbatasan akses informasi perdagangan global,
- 3) Rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, dan
- 4) Belum terpenuhinya standar kualitas produk internasional.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk lokal yang kompetitif dengan kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses pasar global (Rakhmadi et al., 2023).

## 2. Peningkatan Literasi dan Kesiapan Ekspor

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan literasi ekspor pelaku UMKM. Materi yang diberikan mencakup prosedur ekspor, persyaratan legalitas, dokumen ekspor (seperti invoice, packing list, dan PEB), serta pemahaman mengenai standar kualitas produk internasional.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman yang cukup signifikan, ditandai dengan:

- 1) Kemampuan mengidentifikasi tahapan ekspor,
- 2) Pemahaman terhadap regulasi perdagangan internasional,
- 3) Kesiapan dalam menyiapkan dokumen ekspor sederhana.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang sistematis mampu memperkuat kapasitas UMKM dalam menghadapi pasar global (Salnah & Helmi, 2025).

## 3. Transformasi Digital sebagai Akses Pasar Global

Salah satu hasil utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar UMKM hanya menggunakan media konvensional atau pemasaran dari mulut ke mulut.

Setelah pendampingan, pelaku UMKM mulai:

- 1) Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi,
- 2) Menggunakan platform marketplace untuk memperluas jangkauan pasar,
- 3) Memahami konsep pemasaran digital (*digital marketing*) dan branding produk.

Transformasi digital ini menjadi pintu masuk bagi UMKM untuk mengakses pasar global, karena teknologi digital memungkinkan perluasan jaringan pemasaran tanpa batas geografis. Secara teoritis, digitalisasi berperan sebagai enabler dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi global (Agustin et al., 2023).

## 4. Akses Informasi Perdagangan Global

Kegiatan pengabdian juga berfokus pada peningkatan akses informasi perdagangan global, seperti informasi permintaan pasar internasional, tren produk, serta peluang ekspor.

Hasilnya menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai mampu:

- 1) Mengakses informasi pasar melalui internet,
- 2) Memahami kebutuhan konsumen internasional,
- 3) Mengidentifikasi peluang ekspor produk unggulan.

Kemampuan ini sangat penting karena informasi merupakan faktor kunci dalam pengambilan keputusan bisnis, khususnya dalam ekspansi pasar internasional (Azaria & Fauziah, 2023).

### **5. Perubahan Pola Pikir dan Orientasi Usaha**

Selain peningkatan aspek teknis, kegiatan ini juga memberikan dampak pada perubahan pola pikir (*mindset*) pelaku UMKM. Sebelum program dilaksanakan, pelaku usaha cenderung memiliki orientasi lokal dan kurang percaya diri untuk memasuki pasar ekspor.

Setelah pendampingan, terjadi perubahan signifikan, yaitu:

- 1) Meningkatnya kepercayaan diri untuk bersaing di pasar global,
- 2) Munculnya motivasi untuk meningkatkan kualitas produk,
- 3) Adanya orientasi usaha menuju ekspor (*export-oriented mindset*).

Perubahan *mindset* ini merupakan indikator penting keberhasilan program, karena transformasi UMKM tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kognitif dan perilaku.

### **6. Dampak Program terhadap Daya Saing UMKM**

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Nganjuk. Dampak tersebut meliputi:

- 1) Peningkatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan ekspor,
- 2) Peningkatan pemanfaatan teknologi digital,
- 3) Peningkatan akses terhadap informasi pasar global,
- 4) Perubahan orientasi usaha menuju pasar internasional.

Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan **Participatory Action Research (PAR)** efektif dalam mendorong transformasi UMKM secara berkelanjutan, karena melibatkan partisipasi aktif pelaku usaha dalam setiap tahapan kegiatan (Darmo et al., 2021).

### **7. Implikasi Teoritis dan Praktis**

Secara teoritis, hasil pengabdian ini memperkuat konsep bahwa transformasi UMKM menuju pasar global memerlukan integrasi antara literasi ekspor, digitalisasi, dan akses informasi. Secara praktis, program ini memberikan model pendampingan yang dapat direplikasi di daerah lain dengan karakteristik UMKM yang serupa, khususnya dalam mendorong UMKM menjadi pelaku ekspor berbasis digital.



**Gambar 1. Pendampingan UMKM Bawang Goreng**



**Gambar 2. Proses Pengemasan Produk**

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas UMKM di Kabupaten Nganjuk dalam aspek literasi ekspor, pemanfaatan teknologi digital, dan akses informasi perdagangan global. Pendekatan PAR efektif dalam membangun kesiapan UMKM menjadi pelaku ekspor yang kompetitif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Narotama, STIESIA Surabaya, DIASPORA Nganjuk serta seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Nganjuk yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini.

## REFERENSI

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1), 33.
- Azaria, L. A., & Fauziah, S. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Ekspor Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 77-82. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.147>
- Darmo, I. S., Parmenas, N. H., Iskandar, D. A., Bisnis, F., & Teknologi, I. (2021).

- Legalitas UMKM: Kunci Sukses Pengembangan dan Sinergi Pemasaran UMKM. *Published by LPMP Imperium Journal Homepage: <https://Ejournal.Imperiuminstitute.Org/Index.Php/BERDAYA>, 3(2), 85-94. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v3i2.389>*
- Fitriyani, I., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Strategi Inovasi Produk UMKM Dalam Menghadapi Globalisasi Melalui Digitalisasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 923-931. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4321>
- Rakhmadi, R., Fadhlillah, N., & Hadiawan, A. (2023). Sosialisasi Peran dan Fungsi Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) dalam Mendukung Ekspor Komoditas Potensial Provinsi Lampung Bagi Para Pegiat UMKM Di Bandar Lampung. *RAGOM: Jurnal Pengabdian Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 15-20. <https://doi.org/10.14710/jil.xx.x.xxx-xx>
- Salnah, S., & Helmi, R. F. (2025). Peran Kemendag dalam Memfasilitasi UMKM BISA Ekspor Melalui Business Matching: Analisis Governansi Digital. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2, 18660-18666. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>