

Pemberdayaan Calon Eksportir Melalui Digitalisasi Proses Bisnis Eksport: Studi Kasus Sekolah Eksport

Ijтиhad Jivat Rosidi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

jivatrosidi1528@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan calon eksportir baru di Indonesia dalam mengadopsi teknologi digital ke dalam proses bisnis eksport. Program Sekolah Eksport, yang diselenggarakan bersama dengan program Kampus Merdeka, dirancang untuk memberikan pelatihan komprehensif mengenai berbagai aspek terkait eksport, seperti riset pasar internasional berbasis digital, pengelolaan rantai pasokan dengan teknologi, serta pemasaran global melalui platform digital. Dengan memanfaatkan teknologi digital, para peserta program dapat bekerja lebih efisien, mempercepat proses bisnis mereka, dan beradaptasi secara lebih responsif terhadap perubahan dan dinamika pasar global. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan keahlian teknis peserta sehingga mereka memiliki daya saing yang lebih baik di pasar internasional. Selain itu, pengabdian ini juga bertujuan untuk mengatasi kesenjangan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM dan calon eksportir di Indonesia, serta membekali mereka dengan kemampuan untuk menjalankan bisnis eksport secara berkelanjutan di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, Proses Bisnis, Eksport, Pemberdayaan, Pengabdian Masyarakat.

ABSTRACT

This community service aims to enhance the capabilities of new prospective exporters in Indonesia in adopting digital technology into the export business process. The Export School program, organized in collaboration with the Kampus Merdeka program, is designed to provide comprehensive training on various aspects related to exports, such as digital-based international market research, supply chain management with technology, and global marketing through digital platforms. By leveraging digital technology, program participants can work more efficiently, accelerate their business processes, and adapt more responsively to global market changes and dynamics. The results of this community service activity demonstrate that the implementation of digitalization not only expands market reach but also enhances the technical skills of participants, thereby increasing their competitiveness in international markets. Additionally, this service also aims to address the digital skills gap among MSMEs and prospective exporters in Indonesia, equipping them with the ability to run sustainable export businesses in the digital era.

Keywords: Digitalization, Business Process, Export, Empowerment, Community Service.



Hal: 1172-1178

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam dekade terakhir, telah menjadi salah satu katalis utama yang mendorong transformasi di berbagai sektor industri, termasuk sektor perdagangan internasional. Digitalisasi telah menjadi fenomena yang tidak terhindarkan, terutama dalam proses bisnis yang terkait dengan ekspor dan impor. Penggunaan teknologi digital memungkinkan pengelolaan bisnis ekspor menjadi lebih efisien, cepat, dan responsif terhadap perubahan pasar global. Hal ini mencakup penerapan teknologi dalam riset pasar, pengelolaan logistik, hingga pemasaran produk ke pasar internasional secara digital. Menurut penelitian oleh Indrawan dan Wicaksono (2021), adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha ekspor berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mempercepat penyesuaian terhadap perubahan permintaan global.

Di Indonesia, meskipun potensi ekspor sangat besar, banyak pelaku usaha, terutama di kalangan UMKM, masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional. Tantangan ini terutama disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital yang relevan dengan bisnis ekspor (Widyatama, 2022). Oleh karena itu, sangat diperlukan adanya intervensi berupa pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada digitalisasi proses bisnis untuk memperkuat daya saing ekspor produk lokal.

Dalam konteks ini, Program Sekolah Ekspor yang diselenggarakan melalui kerangka Kampus Merdeka hadir sebagai jawaban untuk memberdayakan calon eksportir baru di Indonesia. Program ini bertujuan untuk

meningkatkan literasi digital dan keterampilan ekspor di kalangan pelaku UMKM dan mahasiswa. Dengan memberikan akses ke pengetahuan dan praktik terbaik dalam riset pasar digital, pengelolaan logistik berbasis teknologi, serta pemasaran global melalui platform digital, program ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas eksportir dalam memanfaatkan teknologi untuk mengakses pasar internasional yang lebih luas (Aminullah & Kurniawati, 2023).

Pengabdian ini dilakukan untuk mengatasi kesenjangan keterampilan digital di kalangan calon eksportir serta meningkatkan kemampuan mereka dalam menerapkan teknologi digital ke dalam seluruh aspek proses bisnis ekspor. Dengan adanya teknologi, pelaku usaha dapat lebih adaptif terhadap dinamika perdagangan internasional dan mampu mengoptimalkan peluang yang tersedia di pasar global.

METODE PELAKSANAAN

Dalam rangka mengimplementasikan program pengabdian masyarakat ini, serangkaian langkah sistematis telah dirancang untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep digitalisasi dalam teori, tetapi juga dapat menerapkan pengetahuan tersebut dalam praktik bisnis ekspor mereka. Metode pelaksanaan kegiatan ini mencakup beberapa tahapan yang dirancang dengan baik untuk mencapai hasil yang optimal bagi pesertaini ditunjukkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian

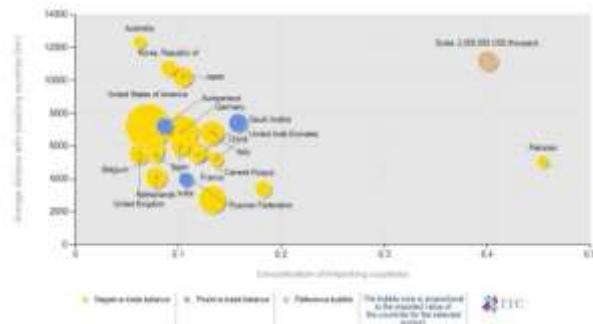
No	Tahapan	Kegiatan		
1.	Tahap Persiapan	<p>Pada tahap awal, dilakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik peserta terkait dengan literasi digital dan pemahaman mereka mengenai proses bisnis ekspor. Survei ini bertujuan untuk mengukur tingkat kesiapan peserta dalam menggunakan alat digital serta mengetahui sejauh mana pemahaman mereka tentang peluang dan tantangan dalam perdagangan internasional. Survei ini juga membantu dalam menyesuaikan modul pelatihan dengan kebutuhan dan kondisi spesifik peserta. Selain survei, tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang berfokus pada aspek-aspek penting dari digitalisasi dalam bisnis ekspor. Modul ini mencakup tiga area utama: riset pasar internasional berbasis digital, manajemen logistik dengan teknologi digital, dan strategi pemasaran global berbasis platform digital</p>		<p>kan pemahaman dasar kepada peserta mengenai konsep-konsep utama dalam digitalisasi proses bisnis. Webinar ini berfokus pada riset pasar internasional menggunakan teknologi digital, pengelolaan rantai pasokan berbasis teknologi, dan penerapan strategi pemasaran global melalui platform e-commerce. Setelah itu, dilakukan diskusi kelompok kecil yang memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi digital ke dalam proses bisnis mereka. Setelah sesi webinar dan diskusi kelompok, peserta diberikan kesempatan untuk mengikuti praktikum digital. Praktikum ini dirancang agar peserta dapat langsung menggunakan alat-alat digital seperti Google Trends untuk melakukan riset pasar, serta aplikasi manajemen logistik untuk mensimulasikan pengiriman barang ke luar negeri. Selain itu, peserta juga diberi studi kasus berupa simulasi proses ekspor produk lokal ke pasar global. Melalui simulasi ini, mereka harus mengelola seluruh proses bisnis dari</p>
2.	Pelaksanaan Pelatihan	Tahap pelaksanaan pelatihan dimulai dengan serangkaian webinar yang dirancang untuk memberi-		

		riset pasar, penentuan harga ekspor, hingga pemasaran digital menggunakan platform seperti Alibaba dan Amazon
3.	Pendampingan	<p>Setelah sesi pelatihan dan praktikum, setiap peserta diberikan pendampingan individu oleh mentor yang berpengalaman di bidang bisnis ekspor. Pendampingan ini berfokus pada penerapan keterampilan digital yang telah diperoleh selama pelatihan ke dalam proyek bisnis ekspor nyata. Peserta diminta untuk merancang dan menjalankan strategi ekspor produk mereka sendiri dengan memanfaatkan teknologi digital. Mentor memberikan umpan balik dan arahan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam menjalankan bisnis mereka.</p> <p>Selain pendampingan, tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk mengukur kemajuan peserta dalam menerapkan keterampilan yang mereka pelajari. Evaluasi ini mencakup penilaian terhadap pemahaman peserta dalam riset pasar, pengelolaan rantai pasokan, serta efektivitas strategi pemasaran digital yang mereka terapkan.</p>

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peningkatan Literasi dan Keterampilan Digital:

Sebelum mengikuti program ini, mayoritas peserta mengaku belum familiar dengan penggunaan teknologi digital dalam bisnis ekspor. Namun, setelah mengikuti pelatihan dan praktikum, sebanyak 85% peserta melaporkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kemampuan mereka menggunakan platform digital untuk riset pasar internasional dan manajemen rantai pasokan. Peserta yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi tren pasar global kini dapat menggunakan alat seperti TradeMap dan aplikasi logistik digital untuk memprediksi dan mengelola proses pengiriman barang ke negara tujuan ekspor secara lebih efektif.



Gambar 1. Statistik konsentrasi negara pengimpor dan negara pemasok untuk produk tertentu pada tahun 2023 Produk : Kopi, Teh, kacang-kacangan, rempah-rempah

2. Pengelolaan Rantai Pasokan Berbasis Teknologi:

Penerapan teknologi digital dalam manajemen rantai pasokan menjadi salah satu hasil yang paling menonjol dari program ini. Peserta dilatih untuk menggunakan aplikasi logistik digital yang memungkinkan mereka melacak status pengiriman barang secara real-time, meminimalkan keterlambatan pengiri-

man, dan mengoptimalkan biaya distribusi. Penggunaan teknologi ini juga memberikan transparansi yang lebih tinggi dalam proses logistik, sehingga memudahkan peserta untuk mengelola dokumen ekspor seperti faktur dan sertifikat asal secara digital (Sari & Anggraeni, 2021).



Gambar 2. Website SAP Supply Chain Management sarana untuk memantau pengiriman barang secara real- time

3. Efisiensi dalam Pemasaran Digital:
Peserta juga dilatih untuk memanfaatkan berbagai platform e-commerce internasional seperti Alibaba, Amazon, dan bahkan sosial media untuk menjual produk mereka ke pasar global. Melalui pelatihan pemasaran digital, peserta dapat memperluas jangkauan pasar produk mereka hingga 40%, membuka peluang baru bagi mereka untuk menjual produk lokal ke konsumen di luar negeri. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka berhasil memperoleh pembeli potensial dari luar negeri hanya beberapa minggu setelah mengikuti program ini.



Gambar 3. Penjualan Produk pada platform E-Commerce "Market Ekspor"

4. Dampak terhadap Ekonomi Lokal:

Program pengabdian ini juga memberikan dampak positif bagi pengembangan ekonomi lokal. UMKM yang terlibat dalam program ini berhasil meningkatkan penjualan mereka dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar internasional. Selain itu, program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi jangka panjang dalam mengurangi kesenjangan keterampilan digital di kalangan pelaku usaha kecil di Indonesia (Fauziah & Nugraheni, 2023).



Gambar 4. Penjualan produk

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat melalui digitalisasi proses bisnis ekspor dalam Program Sekolah Ekspor telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital dan keterampilan peserta. Melalui penerapan teknologi digital, peserta mampu mengelola bisnis ekspor secara lebih efisien, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional. Program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada individu peserta, tetapi juga berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan kemampuan UMKM untuk bersaing di tingkat internasional. Ke depannya, diharapkan program ini dapat diperluas untuk menjangkau lebih banyak pelaku usaha dan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam memajukan ekspor Indonesia di era digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Sekolah Ekspor dan Program Kampus Merdeka atas dukungan dan kerja samanya dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrawan, B. A., & Wicaksono, R. (2021). Digitalisasi dalam Ekspor: Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 210-222.
- Widyatama, R. (2022). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Ekspor Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 19(1), 98-110.
- Aminullah, A., & Kurniawati, D. (2023). Pemberdayaan Calon Eksportir melalui Sekolah Ekspor. *Jurnal Pengembangan Wirausaha*, 17(1), 45-58.
- Riyanto, A., & Sugiharto, D. (2021). Survei Kesiapan Digital dalam Bisnis Ekspor. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 7(4), 299-312.
- Pratama, R. (2022). Modul Pelatihan Digitalisasi untuk Pelaku UMKM di Sektor Ekspor. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 114-126.
- Aditya, S., & Putra, Y. (2023). Meningkatkan Kualitas Riset Pasar melalui Teknologi Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 88-102.
- Surya, R., & Wijaya, A. (2020). Simulasi Proses Ekspor: Metode Praktis untuk Meningkatkan Keterampilan Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 10(3), 145-158.
- Hidayatullah, A., & Andriani, R. (2023). Peran Mentor dalam Pendampingan Bisnis Ekspor di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 18(1), 77-89.
- Azhari, S., & Gunawan, Y. (2022). Evaluasi Program Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan Keterampilan Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 61-75.
- Nugroho, B., & Kusuma, I. (2020). Penggunaan Google Trends dalam Riset Pasar Ekspor. *Jurnal Penelitian Ekonomi*, 12(1), 34-48.
- Sari, N., & Anggraeni, R. (2021). Manajemen Rantai Pasokan dalam Era Digital: Praktik Terbaik bagi UMKM. *Jurnal Riset dan Pengembangan*, 14(2), 112-123.
- Rahmawati, D., & Prasetyo, H. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital melalui E-Commerce untuk Produk Lokal. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pemasaran*, 5(3), 93-105.
- Fauziah, M., & Nugraheni, A. (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Digital bagi UMKM dalam Ekspor. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 8(2), 45-58.
- Mulyani, D. A. (2021). Transformasi Digital pada UMKM: Strategi Pengembangan untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Manajemen UMKM*, 6(1), 15-30.

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 4 Agustus 2025

- Sutrisno, E. S. (2022). Implementasi E-Commerce dalam Bisnis Ekspor: Analisis terhadap UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 13(4), 65-80.
- Setiawan, H. (2020). Pengaruh Digitalisasi terhadap Pemasaran Produk Ekspor di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 22(3), 135-150.
- Lestari, R. N. (2021). Peran Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kinerja Ekspor UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 8(2), 88-102.
- Pramudito, A. (2023). Membangun Ekosistem Digital untuk Mendorong Ekspor Indonesia. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 17(1), 40-55.
- Sari, I. D., & Agustin, A. (2022). Digitalisasi Bisnis Ekspor: Tren dan Tantangan di Era Global. *Jurnal Studi Ekonomi*, 11(1), 54-68.
- Yusuf, M. R. (2023). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Ekspor di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 14(2), 112-126.