
Peningkatan Kapasitas Ekspor UMKM Banyumas Melalui *Coaching Clinic*

¹Kiky Srirejeki 1, ²Ulil Afwa, ³Khairurrizqo

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

²Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Jenderal Soedirman

³Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman

email: kiky.srirejeki@unsoed.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Banyumas possess considerable potential to contribute to the regional economy through export activities. However, numerous MSMEs encounter significant challenges, particularly in understanding export procedures, adhering to international quality standards, and developing effective global marketing strategies. Our community engagement initiative aims to enhance the preparedness of Banyumas MSMEs to access international markets through a structured coaching clinic program, conducted in collaboration with Association of Small and Medium Enterprises and Industries of Banyumas (ASPIKMAS). The implementation methodology encompasses comprehensive training sessions and targeted mentoring programs. The anticipated outcomes include an improvement in the knowledge and competencies of MSME actors regarding export processes, as well as an expanded understanding of international market opportunities. It is expected that this initiative will significantly enhance the global competitiveness of Banyumas MSMEs, thereby fostering economic growth and sustainability in the region.

Keywords: MSMEs, export readiness, coaching clinic, international markets, competitiveness.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Banyumas memiliki potensi yang cukup besar untuk berkontribusi terhadap perekonomian daerah melalui kegiatan ekspor. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala yang signifikan, terutama dalam memahami prosedur ekspor, mematuhi standar kualitas internasional, dan mengembangkan strategi pemasaran global yang efektif. Inisiatif pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesiapan UMKM Banyumas dalam mengakses pasar internasional melalui program *coaching clinic* yang terstruktur, dilaksanakan bekerja sama dengan Asosiasi Pengusaha dan Industri Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS). Metodologi pelaksanaan mencakup sesi pelatihan dan program pendampingan yang terarah. Hasil yang diharapkan meliputi peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku UMKM terkait proses ekspor, serta perluasan pemahaman mengenai peluang pasar internasional. Diharapkan inisiatif ini dapat secara signifikan meningkatkan daya saing global UMKM Banyumas, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan di Banyumas.

Kata Kunci : UMKM, kesiapan ekspor, coaching clinic, pasar internasional, daya saing.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2025). Di Kabupaten Banyumas, UMKM juga memainkan peran penting dalam mendorong perekonomian

lokal. Namun, potensi ekspor UMKM di Banyumas belum tergarap secara optimal. Data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas (2023) menunjukkan bahwa nilai ekspor UMKM Banyumas pada tahun 2022 mencapai Rp 120 miliar, dengan produk unggulan seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan produk pertanian. Meskipun demikian, angka ini masih relatif kecil dibandingkan dengan potensi yang dimiliki, mengingat Banyumas memiliki akses ke pasar internasional melalui negara-negara tujuan ekspor utama seperti Jepang, Amerika Serikat, dan negara-negara di kawasan ASEAN (BPS, 2024).

Banyak UMKM di Banyumas masih menghadapi kendala dalam memahami prosedur ekspor, memenuhi standar kualitas produk yang dibutuhkan pasar internasional, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Data dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2023) menunjukkan bahwa hanya 15% UMKM di Indonesia yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ekspor, dengan mayoritas terkendala oleh kurangnya pengetahuan tentang prosedur ekspor dan sertifikasi internasional. Selain itu, Bank Indonesia (2022) melaporkan bahwa 60% UMKM di Jawa Tengah mengalami kesulitan dalam mengakses informasi tentang regulasi ekspor dan standar kualitas produk internasional. Fenomena ini menjadi tantangan serius, terutama dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat dan tuntutan pasar internasional yang terus berkembang.

Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghadapi tantangan ekspor. Mitra pengabdian dalam kegiatan ini adalah ASPIKMAS (Asosiasi Pengusaha dan Industri Kecil Menengah Banyumas), yang memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM di Banyumas. ASPIKMAS memfasilitasi peningkatan kapasitas UMKM melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan, dengan fokus pada peningkatan kualitas produk dan perluasan jaringan pemasaran. Melalui *coaching clinic* ekspor, diharapkan UMKM di Banyumas dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memasuki pasar global, seperti pemahaman tentang prosedur ekspor, sertifikasi internasional, dan strategi pemasaran digital. Dengan demikian, UMKM Banyumas diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah serta nasional.

2. Metode

Kegiatan *coaching clinic* ekspor ini dirancang secara sistematis untuk memastikan UMKM Banyumas mampu menghadapi tantangan ekspor secara komprehensif. Metode pelaksanaan diimplementasikan melalui tiga tahap utama, dengan kolaborasi aktif antara tim fasilitator (pengabdi) dan mitra ASPIKMAS. Berikut elaborasi detail setiap tahap beserta peran masing-masing pihak.

Tahap pertama yaitu **pelatihan** yang difokuskan pada tiga pilar utama: prosedur ekspor, standar kualitas internasional, dan strategi pemasaran global. Pemahaman ketiga pilar ini sangat penting karena keberhasilan ekspor UMKM bergantung pada kemampuan para pelaku UMKM untuk memahami dan memenuhi persyaratan regulasi internasional, memastikan kualitas produk yang sesuai standar global, dan memasarkan produk mereka secara efektif di pasar internasional yang kompetitif.

Materi pelatihan meliputi regulasi ekspor, persyaratan dokumen (sertifikasi produk, dan dokumen pengiriman), standar kualitas produk ekspor (termasuk aspek keamanan pangan, jika relevan), dan strategi pemasaran digital (termasuk penggunaan platform *e-commerce* internasional dan optimasi mesin pencari). Metode pengajaran yang digunakan adalah kombinasi ceramah interaktif, studi kasus, dan diskusi kelompok, yang memungkinkan peserta untuk

berinteraksi langsung dengan pelaku ekspor yang telah berpengalaman. Tim pengabdian bertanggung jawab atas arahan penyusunan materi pelatihan yang berkaitan dengan regulasi dan standar internasional, sementara ASPIKMART berperan menjadi jembatan untuk mengundang peserta.



Gambar 1. Foto kegiatan pelatihan *coaching clinic*

Tahap kedua yaitu **pendampingan**. Kegiatan pendampingan difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk pasar internasional. Kegiatan ini secara spesifik mencakup perencanaan strategi pemasaran digital yang terukur. Tim pengabdian berperan aktif dalam mempersiapkan dan menyiapkan *platform* pemasaran digital yang tepat. Ini termasuk membantu UMKM dalam pembuatan *website* profesional, optimasi *website* untuk mesin pencari (SEO), dan pelatihan dalam penggunaan berbagai alat analisis pemasaran digital. Salah satu platform utama yang dikembangkan adalah ASPIKMART, sebuah *website* yang berfungsi sebagai katalog produk UMKM Banyumas. ASPIKMART dirancang untuk menampilkan produk-produk UMKM dengan foto berkualitas tinggi, deskripsi produk yang detail dalam beberapa bahasa dan informasi kontak yang jelas.

Website ASPIKMART bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar UMKM Banyumas ke pasar internasional dan memudahkan calon pembeli untuk menemukan dan memesan produk. Tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam pelaksanaan *TikTok Ads*, sebuah strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau target pasar yang lebih muda dan aktif di

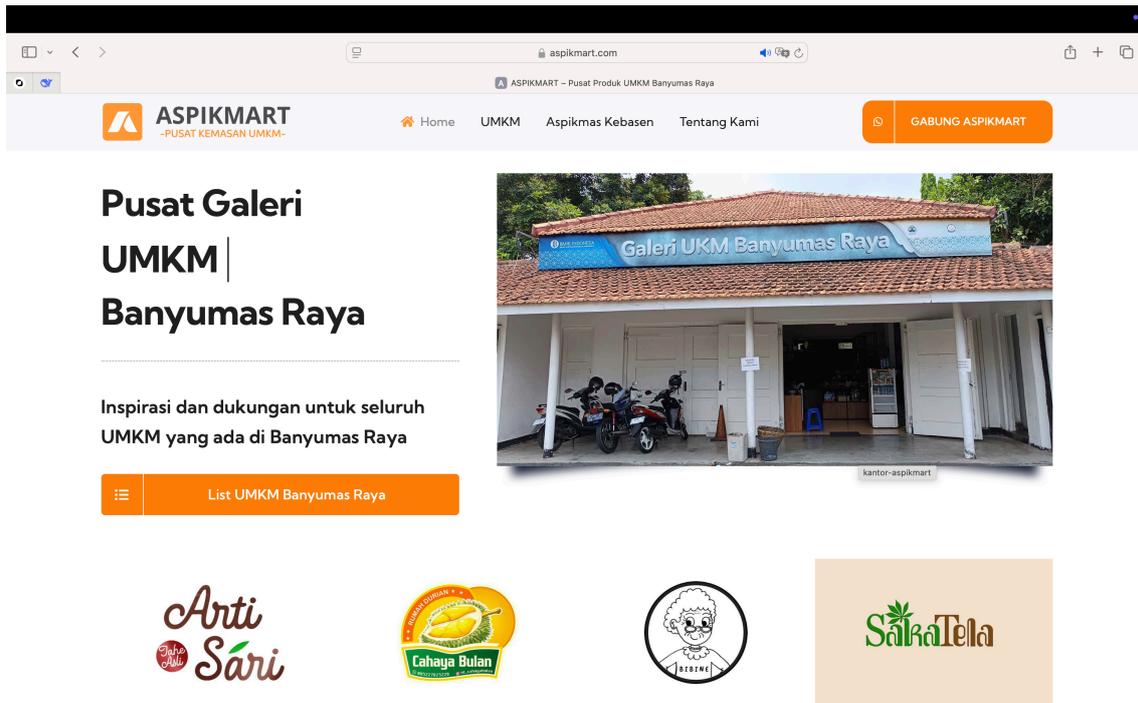
platform tersebut. Pendampingan ini mencakup pelatihan dalam pembuatan iklan video yang menarik, penentuan target pasar yang tepat, pengaturan anggaran iklan, dan pemantauan kinerja iklan.



Gambar 2. Foto kegiatan pendampingan *coaching clinic*

Tahap ketiga yaitu **evaluasi** yang dilakukan melalui beberapa metode, termasuk survei kepuasan peserta, pengamatan langsung selama pelatihan dan pendampingan, dan analisis rencana pemasaran yang disusun oleh UMKM. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas program *coaching clinic* dan memahami dampaknya terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan ekspor. Melalui evaluasi, tim pengabdian dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari program yang telah dilaksanakan, serta memberikan umpan balik yang konstruktif untuk perbaikan di masa mendatang.

Tim pengabdian dan ASPIKMAS secara bersama-sama memantau kemajuan UMKM setelah mengikuti *coaching clinic* melalui kunjungan lapangan dan komunikasi berkala. Rekomendasi untuk perbaikan berkelanjutan juga diberikan berdasarkan hasil evaluasi, mencakup aspek teknis (seperti peningkatan kualitas produk dan efisiensi produksi) dan aspek pemasaran (seperti strategi pemasaran yang lebih efektif dan perluasan jaringan distribusi). ASPIKMAS berperan dalam memberikan dukungan berkelanjutan kepada UMKM setelah *coaching clinic* selesai.



Gambar 3. Foto tampilan *website* ASPIKMART

3. Simpulan

Dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Banyumas, program *coaching clinic* ekspor yang dilaksanakan melalui tiga tahap, yaitu pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, dilaksanakan oleh tim pengabdian bekerja sama dengan ASPIKMAS. Pelatihan yang berfokus pada prosedur ekspor, standar kualitas internasional, dan strategi pemasaran global memberikan peserta pemahaman yang mendalam mengenai regulasi dan persyaratan yang diperlukan untuk memasuki pasar internasional. Pendampingan yang dilakukan secara intensif, terutama dalam pengembangan strategi pemasaran digital, memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial secara optimal, sehingga meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar global.

Evaluasi yang dilakukan setelah program berlangsung tidak hanya mengukur kepuasan peserta, tetapi juga memberikan wawasan berharga mengenai kemajuan yang dicapai oleh UMKM. Dengan adanya rekomendasi untuk perbaikan berkelanjutan, baik dalam aspek teknis maupun pemasaran, program ini berkontribusi pada pengembangan kapasitas UMKM secara berkelanjutan. Dukungan yang diberikan oleh ASPIKMAS setelah *coaching clinic* juga memastikan bahwa UMKM tidak hanya siap untuk menghadapi tantangan ekspor, tetapi juga mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini menunjukkan pentingnya pendekatan sistematis dalam pengembangan UMKM, yang tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada penerapan praktis yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tingkat lokal maupun internasional.

4. Persantunan

Ucapan terima kasih dan apresiasi disampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah memberikan dana hibah untuk program pengabdian, serta kepada ASPIKMAS yang telah bekerja sama dalam menyukseskan pelaksanaan program ini.

5. Referensi

- Bank Indonesia. (2022). Komoditas Unggulan Daerah (Komoditas/Produk/Jenis Usaha (KPJU) Unggulan). <https://www.bi.go.id/kpju/>
- BPS. (2024). Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2024. <https://banyumaskab.bps.go.id/publication/2024/02/28/9e0122445a31b8ef3d94aa07/kabupaten-banyumas-dalam-angka-2024.html>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kementerian Perdagangan RI. (2023). Pedoman Ekspor UMKM. <https://smesta.kemenkopukm.go.id/news/panduan-ekspor-umkm-mengenal-dan-memetakan-pasar-tujuan>