

## PELATIHAN KIAT UMKM GO INTERNASIONAL DI DESA MULYASEJATI KEC. CIAMPEL – KAB. KARAWANG

Afif Hakim <sup>1</sup>, Nana Rahdiana <sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer  
Universitas Buana Perjuangan Karawang  
[afif.hakim@ubpkarawang.ac.id](mailto:afif.hakim@ubpkarawang.ac.id) <sup>1</sup>  
[nana.rahdiana@ubpkarawang.ac.id](mailto:nana.rahdiana@ubpkarawang.ac.id) <sup>2</sup>

### *Abstrak*

*Pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu dari kewajiban tri dharma dosen sebagai insan akademis. Pada pengabdian kepada masyarakat anggaran tahun 2021 mengambil judul Pelatihan Kiat UMKM Go Internasional di Desa Mulyasejati. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada Sabtu, 19 Juni 2021. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kiat-kiat atau cara-cara bagaimana UMKM yang ada di Desa Mulyasejati agar dapat go internasional. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara hybrid yakni perpaduan secara offline dan online mengingat kondisi masih dalam pandemic covid-19. Peserta offline berkumpul di aula desa dengan penerapan protocol Kesehatan sedangkan peserta online melalui zoom. Sejumlah 20 UMKM mengikuti pelatihan ini dan sangat antusias. Kegiatan ini pula mendapat respon yang positif dari kepala desa.*

**Kata Kunci** — *UMKM, Go Internasional*

### **PENDAHULUAN**

Salah satu dari tiga dharma dosen yang harus dilakukan selain pendidikan dan penelitian adalah pengabdian kepada masyarakat. Hal ini selaras dengan yang dimanatkan oleh Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Pengabdian kepada masyarakat dimaksudkan adalah dosen diharapkan memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan dan kemajuan masyarakat terutama masyarakat yang memang tertinggal dari sisi pembangunan. Pada awal tahun 2020, dunia khususnya di Indonesia mulai dilanda wabah Covid-19 yang sangat memukul roda perekonomian di seluruh Indonesia. Bahkan di awal wabah muncul, Pemerintah memberlakukan pembatasan sosial yang ketat yang melarang masyarakat melakukan perkumpulan. Kondisi seperti ini jelas sangat memukul sektor usaha apalagi yang hanya skala UMKM yang hanya didukung dengan modal yang pas-pasan. Di tahun 2021, wabah pun masih merajalela yang tidak tahu kapan akan berakhir. Akan tetapi secercah harapan

muncul karena Indonesia sudah memulai vaksinasi sejak maret lalu. Vaksinasi dan penerapan protokol yang konsisten diharapkan dapat menekan penularan wabah bahkan menghilangkan wabah tersebut. Untuk menjaga agar laju perekonomian tidak terus turun, pemerintah sedikit melonggarkan pembatasan dengan tetap menjaga protokol kesehatan. Di sisi lain, terjadi perubahan cara belanja masyarakat yang sebelumnya didominasi dengan cara-cara offline (bertatap muka secara langsung) bergeser ke arah online baik melalui situs online maupun melalui market place. Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang sering disebut dengan istilah new normal, maka pelaku usaha harus bisa berfikir bagaimana menjual barang dengan menyesuaikan perubahan perilaku belanja masyarakat yaitu secara online. Disinilah pentingnya kegiatan promosi akan produk yang dijual. Menurut Tjiptono (2007), tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dihasilkan. Bisa diartikan bahwa tujuan dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh penjual (*seller*) adalah untuk memberikan informasi serta membujuk pembeli (*buyer*) agar sadar dan ingat akan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.

Para pelaku usaha terutama UMKM harus dapat bersaing dengan cara yang sama yaitu menjajakan barang dagangannya secara online. Banyak sekali keuntungan yang dapat diambil dari marketing secara online diantaranya penjual tidak harus mempunyai lapak yang luas, biaya operasional yang lebih murah, dan daya jangkauan yang lebih luas bahkan sampai ke luar negeri. Disini lah kunci agar para pelaku usaha dapat menjual barang dagangannya sampai ke luar negeri atau go internasional yakni melalui marketing online. Banyak sekali cara marketing online murah yang dapat diimplementasikan oleh para pelaku usaha UMKM. Terdapat tiga cara yang paling sering dilakukan yaitu melalui media social, membangun website sendiri, dan melalui marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, JDID, dan lain-lain. Setelah melakukan online marketing maka tahapan selanjutnya adalah bagaimana jika ingin mengirim barang ke luar negeri setelah ada orderan melalui saluran online marketing yang dipunyai. Banyak UMKM yang belum mengerti bagaimana cara mengirim barang ke luar negeri sehingga kadang mengacuhkan pesanan yang berasal dari luar negeri. Memang agak sedikit rumit jika akan mengurus dokumen export sendiri hal ini juga berkaitan dengan legalitas UMKM itu sendiri. Banyak UMKM yang memang belum memiliki legalitas atau perizinan yang lengkap sehingga memang terkendala ketika akan mengajukan proses export sendiri. Solusi yang ditawarkan adalah sementara UMKM menggunakan jasa kurir luar negeri yang terima jadi. Kurir luar negeri tersebut akan mengurus semua dokumen terkait dengan export barang seperti

dokumen PEB, packing list, dan laian-lain. Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ada di Desa Mulyasejati, Kec. Ciampel, Kab. Karawang. Desa Mulyasejati merupakan desa yang terletak di Kecamatan Ciampel, Kabupaten Karawang, Jawa Barat dengan luas wilayah 136.050 Ha. Titik Pusat koordinat Desa Mulyasejati berada pada 6 27' 15.0516 dan 107 20' 2.9364 E. Desa Mulyasejati berbatasan langsung dengan Kabupaten Purwakarta disebalah Barat. Di sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Telaga, Disebelah Timur berbatasan dengan Desa Mulyasari dan Desa Curug, sedangkan sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kutanegara. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai buruh tani. Jumlah penduduk di Desa Mulyasejati sebanyak 6.589 Jiwa, dengan jumlah KK sebanyak 1.907. Selain bertani, masyarakat Desa Mulyasejati juga bekerja sebagai peternak dan juga sebagai pelaku UMKM.

Tabel 1. Matrik upaya untuk pemecahan masalah

Perumusan masalah	Upaya pemecahan masalah
Bagaimana memberikan pelatihan mengenai kiat UMKM go Internasional sebagai usaha untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan omset penjualan?	Dilakukan penjelasan mengenai kiat-kiat UMKM agar dapat go Internasional sehingga membantu meningkatkan Omset Penjualan - tanya jawab dan contoh kasus

## METODE

Strategi yang dilakukan agar pelaksanaan kegiatan ini berjalan lancar dan berdampak positif adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pendekatan dengan aparat Desa Mulyasejati dari tingkat Kepala Desa sampai dengan tingkat RT
2. Memberikan undangan pelatihan kepada masyarakat dengan melibatkan perangkat desa
3. Melakukan pelatihan intensif berupa pemaparan materi dan praktek dengan melakukan komunikasi dua arah

Tahapan kegiatan dibagi menjadi persiapan, pelaksanaan dan pelaporan. Tahapan persiapan dimulai dengan survey lokasi dan koordinasi dengan pemerintah desa setempat dilanjutkan menyebarkan undangan kepada masyarakat pelaku UMKM. Tahapan pelaksanaan berupa penyampaian materi pada saat pelatihan yang dilaksanakan pada 20 Juni 2021. Pelaksanaan

kegiatan diikuti oleh 20 UMKM yang hadir secara offline dan online sehingga pelaksanaan pelatihan ini dilakukan secara hybrid.

Peserta offline berkumpul di aula desa dengan menerapkan protocol Kesehatan mengingat kondisi masih dalam pandemic covid-19, sedangkan peserta online bergabung melalui aplikasi zoom meeting. Para peserta terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini.

Waktu	Durasi	Uraian Kegiatan	Keterangan	Tempat Pelaksanaan	
<b>Sabtu, 19 Juni 2021</b>					
09:00	09:05	5'	Pembukaan Acara	MC	Aula Desa
09:05	09:10	5'	Pembacaan Do'a		Aula Desa
09:10	09:15	5'	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Laela Tanjung Suras	Aula Desa
9:15	9:35	20'	Sambutan 1. Ketua Pelaksana 2. Ketua HMTI UBP Karawang 3. Koorprodi Teknik Industri UBP Karawang 4. Perwakilan dari Desa Mulyasejati	Barja Karisma Sukandar Ir. Ade Suhara, S.T.,M.M Bpk Junaedi	Aula Desa
9:35	11:10	95'	<b>Sosialisasi Produk UMKM</b> 1. Terkait Packaging Produk 2. Terkait Marketing / Pemasaran Produk 3. Terkait Label Halal pada Produk	<b>Dosen</b>	Aula Desa (ZOOM MEETING)
11.10	11.50	40'	<b>Sosialisasi Produk UMKM</b>	<b>Dosen</b>	Offline
11.50	13:00	70'	ISOMA	All Peserta Sosialisasi	Aula Desa
13:00	15:00	120'	<b>Sosialisasi Pembekalan Persiapan Kerja</b>	<b>Dosen ( )</b>	Yayasan SMK
15:00	16:00	60'	ISOMA	All Peserta Sosialisasi	Yayasan SMK
16:00	17:30	90'	Ice Breaking	Pak Wawan	Yayasan SMK
17:30	18:00	30'	Istirahat	All Peserta Sosialisasi	Yayasan SMK
18:00	19:30	90'	Shalat & Tadarus Al-Quran	Bpk Ust	Yayasan SMK
<b>Minggu, 20 Juni 2021</b>					
08:00	09:30	90'	Pemberangkatan & Prepare	All Panitia	Aula Desa
09:30	12:00	110'	<b>Clean Action</b>	All Panitia & Warga	Pendopo Dusun Cisaga
12:00	13:00	60'	Penutupan Acara	MC	Pendopo Dusun Cisaga

**Gambar 1.** Rundown Kegiatan Abdimas Desa Mulyasejati



**Gambar 2.** Dokumentasi Kegiatan Abdimas Desa Mulyasejati



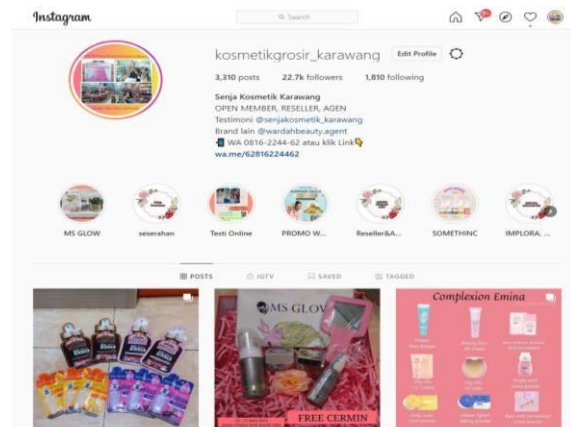
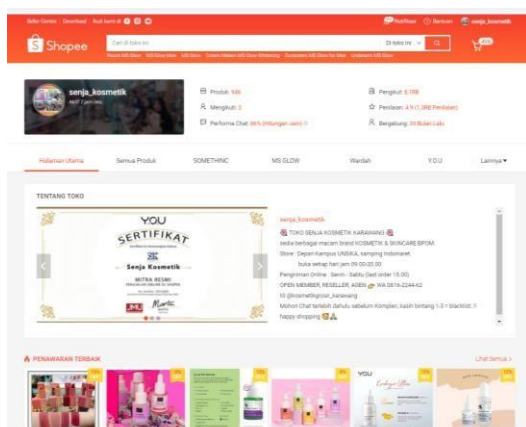
**Gambar 3.** Dokumentasi Kegiatan Abdimas Desa Mulyasejati

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid 19 yang terjadi di Indonesia sejak awal tahun 2020 memaksa masyarakat untuk melakukan adaptasi agar seminimal mungkin tertular virus tersebut. Kondisi tersebut juga memaksa para pelaku usaha UMKM untuk dapat memutar otak agar usahanya tetap berjalan dan gulung tikar. UMKM merupakan salah satu bentuk ekonomi kerakyatan sebagai pondasi ekonomi masyarakat menengah ke bawah. Salah satu yang dapat dijalankan adalah merubah strategi pemasaran dari cara-cara konvensional menjadi online marketing. Upaya yang dilakukan adalah memperbesar pasar tidak hanya pasar sekitar tetapi juga bagaimana caranya agar produk yang dijual dapat menjangkau pasar nasional bahkan internasional. UMKM sangat berpeluang untuk go internasional. Go internasional dimaksudkan produk dapat dijual ke luar negeri atau bahkan terkenal di luar negeri.

Para peserta pelatihan diberikan materi mengenai tips agar produk UMKM bisa go internasional. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan agar produk UMKM dapat menembus pasar luar negeri, yaitu:

1. Memperkenalkan produk lewat internet. Hal ini dikarenakan internet adalah jendela



dunia, caranya adalah dengan membuat website sendiri, melalui social media (IG, FB, Twitter, Tiktok), melalui marketplace dengan layanan pengiriman ke luar negeri

#### **Gambar 4.** Promosi Produk melalui Internet

2. Mempelajari bahasa inggris minimal seputar bisnis/usaha karena jika produk dipromosikan dalam bahasa Indonesia, maka tidak akan dimengerti oleh orang luar negeri
3. Mengirim email/DM ke kontak pedagang/pengusaha luar negeri yang membutuhkan produk yang dijual. Hal ini memang belum pasti mereka akan merespon, tetapi tidak ada salahnya jika hal demikian dilakukan
4. Manfaatkan teman atau kolega yang berada di luar negeri atau dapat juga menawarkan produk melalui grup/komunitas orang Indonesia yang berada di luar negeri
5. Mempelajari bagaimana cara mengexport barang atau dapat bekerja sama dengan kurir luar negeri sehingga tidak tinggal menyiapkan barang saja
6. Menjaga kepercayaan pelanggan luar negeri dengan tingkatkan kualitas produk dan layanan. Hal ini penting karena jika pelanggan luar negeri sudah merasakan kenyamanan, maka mereka akan loyal dan akan membeli produk Kembali.

Selain itu, produk UMKM dapat menembus pasar internasional juga harus dikemas dengan kemasan yang menarik. Hal ini dikarenakan kemasan merupakan bagian yang paling luar yang dapat dilihat oleh calon pembeli. Orang akan menilai jika kemasannya menarik, tertutu dan rapi, pasti isi produk didalamnya akan terjaga kebersihannya. Kemasan yang menarik juga akan memberikan nilai tambah pada harga produk. Oleh karena itu, pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pula dijelaskan bagaimana merancang kemasan yang menarik sesuai dengan produknya. Salah satu contoh kemasan yang dirancang adalah sebagai berikut:





**Gambar 5.** Rancangan Kemasan

Untuk mendalami statistik peserta pelatihan dilakukan survey pendahuluan terhadap 20 orang peserta tentang pemahaman peserta berkaitan dengan strategi pemasaran online dan go internasional. Hasil dari survey tersebut dirangkum dalam tabel berikut:

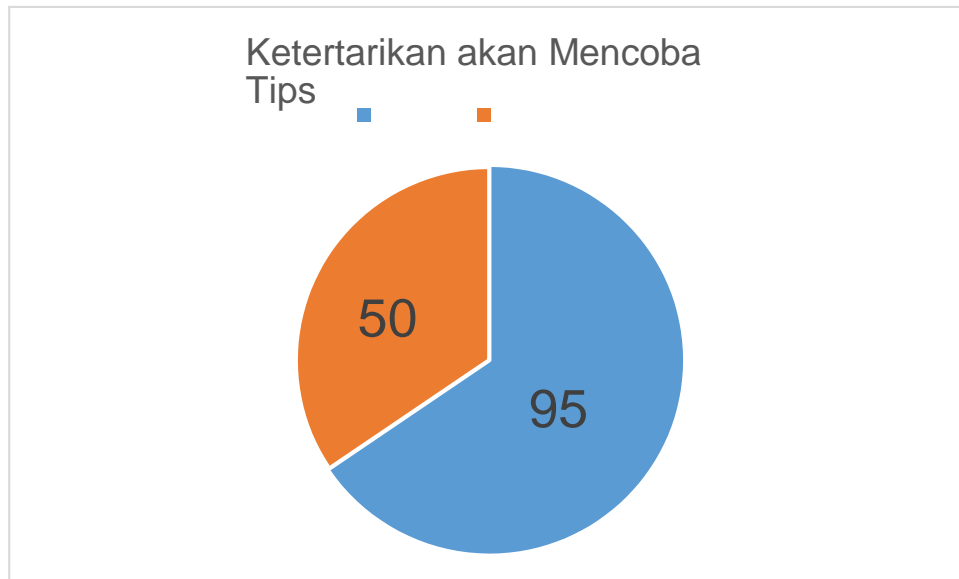
**Tabel 1.** Survey sebelum pelatihan

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah pernah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi?	20%	80%
Apakah mempunyai akun marketplace?	30%	70%
Yang punya akun, Apakah akun marketplace digunakan untuk berjualan?	17%	83%
Apakah ada pelanggan dari luar kota?	10%	90%
Apakah ada pelanggan dari luar negeri?	0%	100%

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian kecil yaitu 20% dari peserta sebetulnya telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk yang dijual. Dari hasil pendalaman semua yang menjawab “ya” hanya menggunakan facebook saja dan itupun hanya sekitaran kampung saja. Hal ini sangat disayangkan, padahal banyak media sosial dan jangkauan yang lebih luas yang dapat digunakan. Sebagian kecil dari para peserta yaitu 30% telah mempunyai akun marketplace, namun hanya 17% dari 30% yang memanfaatkannya menjadi lapak untuk berjualan sisanya hanya menggunakan marketplace sebagai sarana untuk berbelanja online. Kemudian 10% peserta pernah menerima orderan dari pelanggan di luar kota. Dari hasil pendalaman ternyata sebagian besar pembeli merupakan teman/kolega yang memang tinggal di luar kota bukan dari hasil promosi. Hasil pertanyaan terakhir adalah semua peserta belum pernah mendapatkan orderan dari luar negeri. Hal ini lah yang membuat para peserta antusias

dalam mengikuti pelatihan ini.

Setelah mengikuti pelatihan, para peserta diberikan satu pertanyaan yaitu apakah mereka berkomitmen dan tertarik untuk mencoba tips agar produknya dapat menembus pasar luar negeri atau go internasional.



**Gambar 6.** Pie Cart Ketertarika Peserta



## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dan saran yang dapat diambil dari kegiatan pelatihan kiat UMKM go internasional ini adalah :

1. Terdapat enam langkah agar produk UMKM dapat menembus pasar internasional yaitu kenalkan produk lewat internet, pelajari bahasa inggris, kirim email perusahaan/pedagang luar negeri, manfaatkan teman/kolega di luar negeri, pelajari cara export atau bekerja sama dengan kurir paket luar negeri, jaga kepercayaan pelanggan luar negeri
2. Dari hasil survey sebelum pelaksanaan pelatihan didapatkan bahwa sebagian kecil dari peserta yang memanfaatkan sosmed sebagai media promosi kemudian belum pernah ada peserta yang pernah terima orderan dari luar negeri
3. Pelatihan berjalan dengan lancar dan para peserta terlihat antusias dalam melaksanakan pelatihan ini terbukti dari banyaknya pertanyaan yang dilontarkan dan hasil survey feedback menyatakan bahwa 95% mereka berkomitmen untuk mencoba tips UMKM go internasional.
4. Untuk kegiatan berikutnya, dapat dilakukan pelatihan kembali mengenai bagaimana proses pengiriman ke luar negeri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.