

INTISARI

UMKM Indonesia memegang peran yang signifikan dalam perekonomian, namun kontribusi UMKM ke ekspor non-migas nasional masih sangat rendah. Saat ini, peluang UMKM untuk terhubung ke pasar global semakin terbuka seiring dengan semakin masifnya pemanfaatan teknologi digital dan bertambahnya perjanjian perdagangan bebas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi inovasi pemberdayaan UMKM yang dikaitkan dengan kerangka kesiapan ekspor yang relevan di era digital.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan mengamati inovasi pemberdayaan digital penunjang ekspor UMKM yang dilakukan oleh lembaga non pemerintah. Selanjutnya pemberdayaan digital tersebut diamati dari aspek kognisi sosial yang mendukung kesiapan ekspor UMKM. Pengambilan data dilakukan dengan pengamatan langsung dimana peneliti bertindak sebagai peserta pada program pelatihan, serta pengambilan data primer berupa wawancara kepada inovator, alumni, dan kontributor eksternal. Data sekunder yang digunakan meliputi rekaman webinar serta literatur terkait.

Hasil penelitian ini mendapati bahwa inovasi pemberdayaan dari ekspor.id menitikberatkan pada pembekalan fundamental ekspor dengan mengoptimalkan teknologi digital. Evaluasi kognitif dari materi yang diberikan cenderung berpengaruh pada stimulasi internal UMKM dalam tahap pra internasionalisasi. Pemberdayaan dilakukan secara kolaboratif, bekerja sama dengan berbagi unsur penunjang ekspor. Studi ini juga memperkaya konsep kesiapan ekspor yang diajukan Tan et al. (2007). Intervensi kesiapan ekspor UMKM dapat diawali dengan pemaparan stimulasi yang mempengaruhi kesiapan internal dan eksternal UMKM yang meliputi kesadaran akan potensi ekspor, mampu menyiapkan produk yang sesuai, memahami fundamental ekspor, memahami pasar luar negeri yang tepat, memahami kompetisi, memahami resiko ekspor, serta mampu memanfaatkan dukungan pemerintah. Paparan stimulasi ini diharapkan mampu membentuk komitmen sikap serta mendorong kesiapan sumber daya UMKM. Saat ini optimalisasi digitalisasi UMKM memegang peranan penting untuk membantu alokasi sumber daya yang lebih efisien dalam tahap pra internasionalisasi.

(Kata kunci: UMKM, pemberdayaan UMKM, inovasi pemberdayaan, pemberdayaan digital, ekspor UMKM, kesiapan ekspor, intervensi pra-internasionalisasi UMKM)

ABSTRACT

Indonesian MSMEs play a significant role in the economy, but their contribution to national non-oil and gas exports is still very low. Currently, the opportunity for MSMEs to connect to global markets is increasing, along with the massive use of digital technology and the increasing number of free trade agreements. This study aims to explore MSME empowerment innovations that are linked to an export readiness framework that is relevant in the digital era.

This research uses the case study method by observing digital empowerment innovations supporting MSME exports carried out by non-governmental organizations. Furthermore, digital empowerment is observed from the aspect of social cognition that supports MSME export readiness. Data collection was carried out by direct observation, where researchers acted as participants in training programs, as well as primary data collection in the form of interviews with innovators, alumni, and external contributors. The secondary data used includes webinar recordings and related literature.

The results of this study found that the empowering innovations from Ekspor.id focused on providing export fundamentals by optimizing digital technology. Cognitive evaluation of the material provided tends to influence the internal stimulation of MSMEs in the pre-internationalization stage. Empowerment is carried out collaboratively, with various elements supporting exports. This study also enriches the concept of export readiness proposed by Tan et al. (2007). MSME export readiness interventions can begin with exposure to stimulation that affects the internal and external readiness of MSMEs, which includes awareness of export potential, being able to prepare appropriate products, understanding export fundamentals, understanding the right foreign markets, understanding competition, understanding export risks, and being able to take advantage of government support. Exposure to this stimulation is expected to form attitudes of commitment and encourage the readiness of MSME resources. Currently, optimizing the digitalization of MSMEs plays an important role in assisting a more efficient allocation of resources in the pre-internationalization stage.

(Key words: MSME, MSME empowerment, empowerment innovation, digital empowerment, MSME exports, export readiness, MSME pre-internationalization intervention)