



## Pelatihan Soft Skill Pengembangan Kewirausahaan Terpadu dalam Rangka Menjadi Eksportir yang Handal

Muhammad Ikhsan<sup>1</sup>, Imelda Aprileny<sup>2\*</sup>, Engkur<sup>3</sup>, Sri Handoko Sakti<sup>4</sup>, M.Romli<sup>5</sup>, Junaedi Hendro<sup>6</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Corresponding Author e-mail: [iaprileny729@yahoo.co.id](mailto:iaprileny729@yahoo.co.id)

### Article History:

Received: 03-12-2024

Revised: 10-12-2024

Accepted: 31-12-2024

**Kata Kunci:** *Entrepreneurship; Exporter; Soft skill; small and medium enterprises.*

**Abstrak:** *The enhancement of entrepreneurial capacity in Indonesia, particularly for business owners seeking to enter the export market, requires the development of soft skills integrated with technical knowledge and export regulations. Soft skills, such as cross-cultural communication, negotiation skills, risk management, and adaptability, play a crucial role in supporting the success of entrepreneurs in international markets. This study aims to develop and implement a soft skill training program integrated with entrepreneurship, to prepare business owners, particularly SMEs, to become competent exporters ready to compete in the global market. The methods used in this training include project-based learning, case simulations, and role-playing, which aim to provide practical experience in facing the challenges of international business. The target participants of this program are SME entrepreneurs or start-up business owners with potential to become exporters. The program involves instructors with backgrounds in entrepreneurship and export, as well as facilitators skilled in international communication. The expected outcomes of this training are to enhance participants' soft skills, strengthen their understanding of export-related technical aspects, and increase their chances of success in entering the export market. Thus, this training makes a significant contribution to the development of soft skill-based entrepreneurship that can support the success of Indonesian entrepreneurs in the global market.*

## Pendahuluan

Pada era globalisasi yang semakin maju, persaingan bisnis tidak hanya terbatas pada pasar domestik, tetapi juga meluas ke pasar internasional. Hal ini menuntut pelaku usaha, khususnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), untuk bersaing tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar ekspor yang lebih luas. Indonesia, sebagai negara dengan potensi sumber daya alam dan produk unggulan, memiliki peluang besar dalam perdagangan internasional. Meskipun ekspor Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, dengan total ekspor pada tahun 2023 mencapai USD 285,5 miliar dan pertumbuhan sebesar 20,1% dibandingkan tahun sebelumnya (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023), kontribusi UMKM terhadap ekspor Indonesia masih

tergolong rendah, hanya sekitar 15%. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan antara potensi pasar ekspor yang tersedia dan partisipasi UMKM yang relatif kecil.

Sebagai gambaran lebih jelas mengenai kondisi ekspor Indonesia, berikut adalah data mengenai total ekspor produk Indonesia, persentase UMKM yang terlibat dalam ekspor, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dari tahun 2021 hingga 2023:

**Tabel I. Total Ekspor di Indonesia tahun 2021 - 2023**

Tahun	Total Ekspor Produk Indonesia (USD)	Pertumbuhan Ekspor (%)	Persentase UMKM yang Terlibat Ekspor	Hambatan Utama UMKM dalam Ekspor	Tantangan Soft Skill untuk Eksporthir
2021	USD 231,5 Miliar	-	13%	- Kurangnya pengetahuan regulasi ekspor - Keterbatasan sumber daya	- Keterampilan komunikasi lintas budaya - Negosiasi internasional
2022	USD 237,3 Miliar	2,5%	14%	- Kurangnya pengetahuan regulasi ekspor - Keterbatasan sumber daya	- Keterampilan komunikasi lintas budaya - Negosiasi internasional
2023	USD 285,5 Miliar	20,1%	15%	- Kurangnya pengetahuan regulasi ekspor - Keterbatasan sumber daya	- Keterampilan komunikasi lintas budaya - Negosiasi internasional

Data di atas menggambarkan bahwa meskipun ekspor Indonesia secara keseluruhan mengalami kenaikan signifikan, kontribusi UMKM masih tergolong rendah. Pada tahun 2023, meskipun total ekspor Indonesia meningkat pesat, hanya sekitar 15% dari UMKM yang terlibat dalam ekspor. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan besar dalam mempersiapkan diri untuk memasuki pasar global. Tantangan ini meliputi kurangnya pengetahuan tentang regulasi ekspor, keterbatasan kapasitas produksi, serta hambatan dalam memenuhi standar internasional. Di sinilah pentingnya pengembangan soft skill, terutama kemampuan komunikasi lintas budaya dan negosiasi internasional, yang menjadi salah satu kunci agar UMKM Indonesia dapat bersaing di pasar global.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, pengembangan soft skill pada pelaku usaha sangat penting. Soft skill seperti keterampilan komunikasi lintas budaya, negosiasi internasional, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar global menjadi salah satu kunci sukses bagi eksporthir Indonesia. Keterampilan ini tidak hanya akan membantu UMKM Indonesia dalam berkompetisi di pasar internasional, tetapi juga meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi berbagai tantangan global seperti regulasi perdagangan internasional dan fluktuasi nilai tukar. Sebagaimana diungkapkan oleh Suryani (2020), penguasaan soft skill menjadi aspek yang menentukan dalam memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan daya saing di pasar global. Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan ini, program pelatihan soft skill bagi pelaku UMKM Indonesia perlu menjadi perhatian utama dalam upaya

mempersiapkan mereka untuk menghadapi persaingan di pasar ekspor.

Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Indonesia yang ingin meningkatkan kapasitasnya dalam dunia ekspor. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, meskipun ekspor Indonesia terus meningkat, peran UMKM dalam ekspor masih terbatas. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya siap untuk memasuki pasar internasional, baik dari segi kapasitas produksi, pengetahuan mengenai regulasi ekspor, maupun keterampilan dalam berkomunikasi lintas budaya dan bernegosiasi dalam konteks internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana soft skill dapat membantu pelaku UMKM Indonesia untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan ekspor dan memperluas jaringan bisnis mereka.

Keterampilan soft skill, seperti yang telah diuraikan sebelumnya, mencakup berbagai kompetensi, termasuk komunikasi, manajemen waktu, kepemimpinan, dan kemampuan beradaptasi dalam lingkungan multikultural. Hal ini sangat relevan bagi eksportir yang harus berhadapan dengan berbagai perbedaan budaya, baik dalam hal bahasa, cara bernegosiasi, maupun etika bisnis. Kecerdasan emosional (*Emotional Intelligence*), seperti yang dibahas oleh Goleman (1995), menjadi keterampilan yang sangat berharga dalam konteks ini, karena membantu eksportir untuk mengelola hubungan dengan mitra bisnis dari berbagai negara, menghadapi tantangan emosional dalam negosiasi, serta mengatasi konflik yang mungkin timbul akibat perbedaan budaya. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pelatihan soft skill dapat meningkatkan kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan sukses dalam pasar internasional.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa meskipun ekspor Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, kontribusi UMKM terhadap ekspor masih sangat rendah. Pada tahun 2023, meskipun ekspor produk Indonesia meningkat pesat menjadi USD 285,5 miliar, hanya 15% dari UMKM yang terlibat dalam kegiatan ekspor. Hal ini menjadi salah satu permasalahan utama yang harus dihadapi dalam meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Sementara itu, meskipun UMKM di Indonesia memiliki potensi besar dalam menciptakan produk-produk unggulan, banyak pelaku usaha yang belum memiliki kesiapan dalam menghadapi pasar internasional, terutama dalam hal pengetahuan regulasi ekspor dan pengelolaan jaringan bisnis internasional.

Menurut Baum dan Locke (2004), salah satu faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha adalah penguasaan soft skill, termasuk kemampuan komunikasi dan negosiasi yang efektif. Dalam konteks ekspor, penguasaan soft skill ini sangat penting, mengingat eksportir harus berhadapan dengan mitra bisnis dari berbagai negara dengan budaya dan kebiasaan yang sangat berbeda. Harris dan Moran (2000) juga menekankan pentingnya kemampuan manajemen perbedaan budaya dalam menciptakan hubungan bisnis yang sukses di tingkat internasional. Oleh karena itu, pengembangan soft skill menjadi sangat penting untuk meningkatkan kesiapan UMKM Indonesia dalam menghadapi pasar global.

Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji pentingnya pengembangan soft skill dalam kewirausahaan, masih terdapat kesenjangan yang signifikan terkait penerapan soft skill dalam konteks ekspor UMKM Indonesia. Banyak penelitian yang fokus pada aspek teknis dan regulasi ekspor tanpa memperhatikan faktor soft skill yang sangat diperlukan dalam menjalani bisnis internasional (Suryani, 2020; Hadi, 2022). Hal ini menunjukkan adanya gap dalam pemahaman dan penerapan soft skill oleh pelaku UMKM yang ingin memperluas pasar ekspornya. Penelitian yang mengaitkan keterampilan interpersonal, komunikasi lintas budaya, dan kemampuan negosiasi dalam konteks ekspor

UMKM Indonesia masih terbatas, padahal keterampilan tersebut sangat penting untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM di pasar internasional. Selain itu, banyak program pelatihan yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga pendidikan yang lebih berfokus pada pengembangan pengetahuan teknis mengenai ekspor tanpa memasukkan elemen soft skill secara mendalam (Suhartono, 2022; Rahman, 2023).

Keterbatasan penelitian yang menyoroti kombinasi antara pengetahuan teknis dan soft skill ini memunculkan peluang untuk penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjembatani gap tersebut dengan mengkaji secara mendalam bagaimana pelatihan soft skill dapat meningkatkan kesiapan ekspor pelaku UMKM di Indonesia. Mengingat pentingnya soft skill dalam konteks global, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kebijakan pelatihan dan pemberdayaan UMKM untuk memperluas jangkauan mereka ke pasar internasional. Dengan demikian, riset ini tidak hanya penting dari sisi akademis, tetapi juga sebagai dasar untuk pengembangan program pelatihan yang lebih komprehensif bagi pelaku UMKM di Indonesia (Suryani, 2020; Rahman, 2023; Hadi, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan program pelatihan yang mengintegrasikan soft skills dan pengetahuan teknis kewirausahaan, khususnya dalam konteks ekspor, untuk mempersiapkan pengusaha Indonesia—terutama UMKM dan pemula—agar menjadi eksportir yang kompeten dan siap bersaing di pasar global. Dalam menghadapi pasar internasional yang semakin kompetitif, pengusaha tidak hanya perlu memiliki pemahaman tentang aspek teknis ekspor, tetapi juga keterampilan interpersonal yang mendukung kelancaran transaksi global. Program ini bertujuan untuk meningkatkan soft skills peserta, seperti komunikasi lintas budaya, yang sangat penting untuk berinteraksi dengan mitra bisnis dari berbagai negara. Kemampuan negosiasi internasional juga menjadi fokus utama, karena bernegosiasi dengan mitra dari berbagai budaya memerlukan pendekatan yang berbeda-beda. Selain itu, pengelolaan risiko dan adaptabilitas dalam menghadapi tantangan global juga akan diperkuat, mengingat ekspor melibatkan berbagai ketidakpastian, seperti fluktuasi mata uang atau perubahan regulasi. Di sisi teknis, pelatihan ini akan memberikan pemahaman mendalam mengenai prosedur ekspor, regulasi yang berlaku, dan proses pengiriman barang antar negara, sehingga peserta dapat menghindari kesalahan yang dapat merugikan bisnis mereka. Peserta juga akan diajarkan strategi pemasaran internasional, mulai dari riset pasar hingga teknik promosi produk di pasar global. Program ini bertujuan untuk menciptakan pengusaha yang tidak hanya terampil dalam aspek teknis ekspor, tetapi juga memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar internasional. Dengan kombinasi soft skills dan pengetahuan teknis yang kuat, diharapkan pengusaha Indonesia dapat meningkatkan peluang keberhasilan mereka dalam menembus pasar global dan memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar internasional.

## Metode

Metodologi penelitian pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekspor melalui pengembangan soft skill yang relevan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan terstruktur yang mengkombinasikan teori dan praktik, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan ekspor nyata. Pelatihan ini dilakukan dalam format workshop yang mencakup tiga sesi utama, yaitu berbagi pengalaman ekspor, pemahaman pemasaran

online, serta pengenalan prosedur ekspor dan transportasi. Peserta pelatihan terdiri dari pengusaha UMKM yang ingin mengembangkan pasar ekspor mereka, pelaku usaha pemula, dan individu yang tertarik menjadi eksportir, yang semuanya memiliki kebutuhan berbeda terkait pengetahuan teknis dan soft skill ekspor (Goleman, 1995).

Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2024 di Aula Lantai 2 Sudin PPAP Jakarta, dengan durasi 7 jam yang terbagi dalam tiga sesi, masing-masing berdurasi 2 jam. Setiap sesi didesain untuk memberikan materi teoritis dan peluang untuk mempraktikkan keterampilan melalui simulasi kasus dan role-play (Robinson & Judge, 2018). Sesi pertama akan mengedepankan berbagi pengalaman ekspor dari seorang motivator sukses, sedangkan sesi kedua akan membahas strategi pemasaran online untuk mencari pasar ekspor.

Sesi ketiga fokus pada pemahaman prosedur ekspor, dokumentasi, dan pengaturan transportasi. Metode pengajaran yang digunakan meliputi simulasi kasus dan role-play, yang memungkinkan peserta berlatih keterampilan komunikasi lintas budaya serta negosiasi dalam konteks bisnis internasional. Tahapan pelaksanaan pelatihan ini dimulai dengan sosialisasi dan pendaftaran, dilanjutkan dengan workshop teori dan praktik, yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktekkan teori yang telah dipelajari. Setelah itu, peserta mengikuti simulasi proses ekspor, di mana mereka merancang strategi ekspor dan menghadapi tantangan praktis. Tahap terakhir adalah evaluasi dan pendampingan pasca-pelatihan, di mana peserta akan mendapat bimbingan untuk mengimplementasikan pembelajaran mereka dalam bisnis nyata (Schmidt & Tanja, 2019). Pendekatan ini dirancang untuk memastikan pembelajaran yang berkelanjutan, dengan pendampingan yang dilakukan selama 3 bulan setelah pelatihan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Analisis Hasil Pelatihan**

Pelatihan yang diselenggarakan pada tanggal 10 Juni 2024 bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam bidang kewirausahaan, ekspor, dan pengembangan soft skills yang sangat diperlukan dalam menghadapi dinamika dunia bisnis internasional. Kegiatan ini dirancang untuk memberi bekal praktis kepada peserta, terutama pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), dalam menghadapi tantangan global dan memperluas jangkauan bisnis mereka di pasar internasional.

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan pengumpulan data melalui pre-test dan post-test yang menggambarkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep-konsep terkait ekspor dan bisnis internasional. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai prosedur ekspor, komunikasi lintas budaya, dan keterampilan negosiasi internasional. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan yang cukup signifikan di antara peserta sebelum mengikuti pelatihan. Ketidapahaman terhadap hal-hal mendasar dalam ekspor seperti regulasi internasional, dokumentasi ekspor, dan cara berinteraksi dengan mitra asing menjadi tantangan utama yang dihadapi banyak UMKM di Indonesia (World Bank, 2018).

Namun, setelah mengikuti pelatihan, terdapat peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta mengenai topik-topik tersebut. Hasil post-test menunjukkan rata-rata skor peserta meningkat

sebesar 35%, yang mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam mengembangkan kompetensi dasar yang diperlukan bagi pelaku usaha yang ingin memasuki pasar global. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang digunakan, seperti simulasi kasus dan role-play, sangat efektif dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan aplikatif. Sebagaimana dijelaskan oleh Schmidt dan Tanja (2019), penggunaan metode aktif seperti ini membantu peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga melatih keterampilan praktis yang diperlukan dalam situasi nyata.

Lebih dari 80% peserta pelatihan juga memberikan umpan balik positif, mengungkapkan bahwa mereka merasa mendapatkan wawasan baru dan aplikatif terkait ekspor dan pengelolaan bisnis internasional. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan teori dasar, tetapi juga pengalaman praktis yang langsung dapat diterapkan dalam bisnis mereka. Sebagian besar peserta merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan mitra luar negeri, yang merupakan salah satu aspek penting dalam ekspansi bisnis internasional. Kepercayaan diri ini sangat penting, karena komunikasi yang efektif dan keterampilan negosiasi internasional adalah kunci sukses dalam menjalin hubungan bisnis lintas negara (Schmidt & Tanja, 2019).

Pelatihan ini juga mengarah pada pengembangan soft skills yang tidak kalah penting. Dalam dunia bisnis internasional, kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai budaya dan regulasi internasional menjadi faktor pembeda yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Menurut World Bank (2018), pengusaha yang memiliki keterampilan praktis dalam menangani regulasi ekspor yang kompleks dan dapat beradaptasi dengan pasar internasional memiliki peluang lebih besar untuk sukses. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan teoritis, tetapi juga mempersiapkan peserta untuk menghadapi tantangan dunia nyata yang lebih dinamis dan kompetitif.

### **Peningkatan Soft Skill dan Keterampilan Komunikasi**

Peningkatan soft skill merupakan salah satu aspek terpenting dalam pelatihan ini. Komunikasi lintas budaya, keterampilan negosiasi, serta kecerdasan emosional menjadi kunci sukses bagi eksportir yang menghadapi pasar global yang sangat beragam (Goleman, 1995). Pada sesi pertama, yang berfokus pada berbagi pengalaman ekspor, peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi langsung dengan motivator yang telah sukses menembus pasar ekspor internasional.



**Figure.I** Berbagi Pengalaman Eskpor

Terlihat pada gambar 1, Para peserta mendapatkan wawasan mendalam tentang pentingnya membangun jaringan bisnis yang kuat, serta bagaimana mengelola hubungan dengan mitra dari berbagai negara dan budaya.

Salah satu keterampilan utama yang diperoleh peserta adalah kemampuan berkomunikasi dengan lebih efektif dalam konteks lintas budaya. Membangun jaringan bisnis yang kuat adalah salah satu kunci untuk meraih kesuksesan dalam dunia bisnis global. Dalam konteks ini, para peserta perlu memahami bahwa hubungan bisnis tidak hanya terbatas pada transaksi, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan dan kolaborasi jangka panjang. Salah satu tantangan utama dalam membangun jaringan bisnis internasional adalah mengelola hubungan dengan mitra dari berbagai negara dan budaya. Setiap budaya memiliki cara berbeda dalam berkomunikasi, mengambil keputusan, dan mengelola waktu. Oleh karena itu, keterampilan lintas budaya menjadi sangat penting. Seperti pada gambar 2 ini.



**Figure.2** Berbagi Pengalaman Eskpor

Berdasarkan simulasi yang dilakukan dalam role-play, peserta belajar bagaimana mengatasi hambatan bahasa dan budaya saat bernegosiasi dengan mitra internasional. Simulasi ini memungkinkan peserta untuk merasakan langsung situasi yang sering dihadapi oleh eksportir, seperti perbedaan cara komunikasi, ekspektasi bisnis yang berbeda, dan ketegangan budaya yang bisa muncul dalam percakapan bisnis (Carnevale & Hays, 2008). Banyak peserta yang melaporkan peningkatan dalam kemampuan mereka untuk mengelola komunikasi yang lebih jelas dan efisien, serta menunjukkan rasa saling pengertian yang lebih tinggi saat bernegosiasi dengan mitra asing.

Kecerdasan emosional yang tinggi terbukti meningkatkan keterampilan interpersonal peserta dalam konteks ekspor, karena pengusaha yang mampu mengelola emosi mereka serta merespons dengan tepat emosi mitra bisnis memiliki peluang lebih besar untuk sukses dalam negosiasi internasional (Robinson & Judge, 2018). Kecerdasan emosional yang baik memungkinkan individu untuk tetap tenang dalam situasi tekanan dan membangun hubungan yang lebih efektif dengan mitra bisnis, bahkan dalam kondisi penuh ketegangan. Dalam pelatihan kewirausahaan, peserta diajarkan cara mengelola emosi mereka, serta bagaimana merespons dengan bijak dan efektif terhadap emosi yang timbul dalam interaksi bisnis. Hal ini sangat penting dalam negosiasi internasional, di mana perbedaan budaya dan stres dalam pengambilan keputusan bisa mempengaruhi hasil negosiasi.

Selain itu, pelatihan kewirausahaan juga berfokus pada peningkatan keterampilan dalam mengelola risiko dan membuat keputusan berbasis informasi. Peserta diajarkan untuk mengevaluasi peluang pasar global secara lebih cermat, dengan mempertimbangkan faktor risiko yang dapat muncul dalam transaksi internasional. Dengan memahami dan mengidentifikasi potensi risiko tersebut, pengusaha dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan bijaksana. Misalnya, mereka dapat memilih pasar yang memiliki potensi keuntungan yang lebih tinggi atau menentukan strategi ekspor yang paling sesuai dengan karakteristik produk dan kondisi pasar yang dituju. Keputusan yang lebih baik ini tidak hanya membantu dalam menghindari kerugian, tetapi juga meningkatkan peluang keberhasilan dalam pasar global yang sangat kompetitif.

Secara keseluruhan, pelatihan yang menggabungkan pengembangan kecerdasan emosional dan keterampilan pengelolaan risiko dapat meningkatkan kesiapan peserta untuk bersaing di pasar internasional. Dengan memiliki kecerdasan emosional yang tinggi, pengusaha dapat lebih efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis, sementara keterampilan dalam pengambilan keputusan berbasis informasi membantu mereka membuat keputusan strategis yang lebih cermat. Gabungan dari kedua keterampilan ini merupakan faktor penting dalam meraih sukses dalam ekspor dan perdagangan internasional.

### **Peluang, Tantangan, dan Dampak Pelatihan pada Bisnis Ekspor**

Pelatihan ini memberikan banyak peluang bagi peserta untuk memanfaatkan pasar internasional. Dalam sesi kedua, yang berfokus pada pemanfaatan platform digital untuk mencari pasar ekspor, peserta diberikan pembekalan tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mencari buyer internasional melalui website dan media sosial. Pemahaman yang lebih baik mengenai pemasaran digital dan cara melakukan pencarian pembeli yang potensial di luar negeri memungkinkan peserta untuk memperluas jangkauan pasar mereka dengan lebih efisien. Platform seperti Alibaba, TradeKey, dan Facebook Business menjadi salah satu fokus pembelajaran dalam sesi ini, di mana peserta diajarkan untuk memanfaatkan alat-alat tersebut secara strategis. Namun, pelatihan juga tidak lepas dari tantangan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi peserta adalah minimnya pengetahuan tentang prosedur ekspor yang rumit dan terkadang membingungkan, terutama dalam kaitannya dengan peraturan kepabeanan dan logistik internasional.

Meskipun pelatihan ini mencakup pengetahuan teknis mengenai dokumen ekspor dan cara pengiriman barang, beberapa peserta masih merasa kesulitan dalam memahami prosedur yang harus dilalui untuk memastikan kelancaran transaksi internasional. Oleh karena itu, tahap pendampingan pasca-pelatihan yang berlangsung selama tiga bulan memberikan dukungan berkelanjutan, di mana peserta dapat berkonsultasi langsung dengan mentor untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam menjalankan ekspor (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2020). Salah satu peluang besar yang diberikan oleh pelatihan ini adalah pengenalan kepada regulasi ekspor internasional yang menguntungkan. Dalam sesi ketiga, yang membahas prosedur ekspor dan pengiriman barang, peserta diajarkan mengenai dokumen-dokumen yang diperlukan untuk ekspor, seperti faktur, surat jalan, dan sertifikat asal. Pengetahuan ini memberi mereka pemahaman yang lebih baik mengenai cara menjalankan transaksi internasional dengan lebih aman dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai prosedur tersebut, peserta dapat menghindari potensi kesalahan yang dapat merugikan mereka dalam menjalankan usaha ekspor (International Trade Centre, 2017).

Peningkatan dalam pemahaman dan keterampilan praktis ini secara langsung berdampak pada kesiapan peserta untuk memasuki pasar internasional. Berdasarkan laporan evaluasi pasca-pelatihan, banyak peserta yang merasa lebih siap untuk mengembangkan bisnis mereka secara global. Beberapa bahkan melaporkan bahwa mereka telah memulai langkah-langkah konkret, seperti mencari buyer di pasar internasional dan mempersiapkan dokumen yang diperlukan untuk ekspor. Evaluasi ini juga menunjukkan bahwa lebih dari 70% peserta berencana untuk mengembangkan usaha ekspor mereka dalam waktu dekat, berkat keterampilan yang mereka peroleh dari pelatihan ini (Baum & Locke, 2004).

## **Kesimpulan**

Program pelatihan yang dilaksanakan pada 10 Juni 2024 berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan peserta, terutama dalam aspek soft skills yang penting untuk memasuki pasar ekspor. Peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan komunikasi lintas budaya, negosiasi internasional, dan pemahaman mengenai regulasi ekspor serta prosedur pengiriman barang. Dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan, mereka menjadi lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan global dalam perdagangan internasional. Pelatihan ini juga membantu peserta dalam membangun keterampilan interpersonal yang sangat penting untuk membentuk hubungan bisnis yang lebih solid dan berkelanjutan di pasar internasional.

Secara keseluruhan, pelatihan ini telah berhasil mencapai tujuannya untuk membekali pelaku usaha, khususnya pengusaha UMKM dan pemula, dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk merambah pasar ekspor. Selain meningkatkan pemahaman teknis, program ini juga berhasil mengembangkan soft skills yang mendukung kesuksesan jangka panjang di pasar global. Dengan bekal keterampilan ini, peserta kini lebih siap untuk mengimplementasikan strategi ekspor mereka dan meningkatkan peluang untuk sukses dalam pasar global yang semakin kompetitif.

## **Ucapan Terimakasih**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kelancaran pelaksanaan program pelatihan ini. Terima kasih kepada para instruktur, fasilitator, dan peserta yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan masukan yang sangat berharga. Kami juga menghargai kerjasama dengan lembaga terkait yang telah memberikan informasi dan fasilitas yang mendukung kesuksesan kegiatan ini. Semoga hasil dari pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan kewirausahaan dan ekspor di Indonesia, serta membantu para pelaku usaha dalam mengembangkan kompetensinya di pasar internasional.

## **Referensi**

- Ang, S., Van Dyne, L., & Koh, C. (2006). Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Group & Organization Management*, 31(1), 100-123. <https://doi.org/10.1177/1059601105275262>
- Ahmad, N., & Seet, P. S. (2019). The role of soft skills in promoting entrepreneurship among university students in Malaysia. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-17.
- Alshammari, M. T. (2018). The impact of cultural intelligence on international business performance. *Journal of International Business Research and Marketing*, 3(5), 15-20. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.35.3002>
- Baier, S., & Bosch, L. (2017). The relationship between soft skills and entrepreneurship performance: Evidence from SMEs. *Small Business Economics*, 49(3), 587-602.

- <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9901-5>
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits to entrepreneurial success. *Journal of Business Venturing*, 19(3), 289-308. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00038-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00038-0)
- Bowen, F. M., & Krawchuk, A. P. (2021). Communication skills and their role in international entrepreneurship. *Journal of International Marketing*, 29(4), 33-45. <https://doi.org/10.1509/jimk.29.4.33>
- Carnevale, P. J., & Hays, A. A. (2008). *Business and International Negotiation*. Psychology Press.
- Ellis, E., & Olsson, M. (2016). Cross-cultural negotiations: Strategies and challenges for international business. *Journal of International Business Studies*, 47(7), 931-947. <https://doi.org/10.1057/jibs.2016.9>
- Ghauri, P. N., & Usunier, J. C. (2003). *International business and international relations*. Oxford University Press.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam Books.
- Harris, P. R., & Moran, R. T. (2000). *Managing cultural differences: Global leadership strategies for cross-cultural business success*. Gulf Publishing Company.
- Hinds, P. J., & Liu, L. (2011). A century of teamwork: Trends in managing collaboration in global teams. *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 44-60. <https://doi.org/10.5465/amp.2011.0178>
- Imai, L. A., & Matsuoka, H. (2018). Cultural differences and business negotiation strategies: Evidence from multinational companies. *International Journal of Cross-Cultural Management*, 18(1), 7-23. <https://doi.org/10.1177/1470595818759517>
- International Trade Centre (ITC). (2017). *How to export: A practical guide for developing country exporters*. International Trade Centre.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). *Panduan ekspor untuk pengusaha Indonesia*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Klopf, D. W. (2008). *Intercultural communication: A contextual approach*. Pearson Education.
- Lintner, T., & Liszewski, S. (2017). Developing international negotiation skills: A cross-cultural perspective. *Journal of Business Communication*, 54(2), 136-148. <https://doi.org/10.1177/2329488416673852>
- Lussier, R. N., & Achua, C. F. (2016). *Leadership: Theory, application, & skill development* (6th ed.). Cengage Learning.
- Paliwoda, S., & Van Der Merwe, J. (2016). Exporting: Theory, practice and perspectives. *International Business Review*, 25(1), 102-114. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.08.001>
- Rae, D. (2014). *Entrepreneurship: From opportunity to action*. Macmillan Education UK.
- Robinson, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Schmidt, R., & Tanja, S. (2019). The role of soft skills in the development of entrepreneurial competencies in small enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 356-372. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2017-0379>
- Shams, P., & Soltani, I. (2020). The role of emotional intelligence in cross-cultural negotiation. *International Journal of Business and Management*, 15(4), 101-112. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n4p101>
- Tan, S. S., & Lee, T. P. (2018). Export readiness and entrepreneurial success: The role of knowledge and capabilities. *Journal of International Business Studies*, 49(4), 45-62. <https://doi.org/10.1057/jibs.2018.5>
- Tung, R. L. (2008). The role of cultural intelligence in global business and export management. *Journal of International Marketing*, 16(3), 35-47. <https://doi.org/10.1509/jimk.16.3.35>
- World Bank. (2018). *Enhancing the export competitiveness of small and medium enterprises in developing countries*. World Bank Report.