

Pelatihan Ekspor bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Jawa Timur melalui Pemanfaatan Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement

Pantri Muthriana Erza Killian¹, Primadiana Yunita^{2*}, Ristiana Khafifah Rahmadita³

^{1,2,3} Program Studi Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Brawijaya, Indonesia
*e-mail: primadiana@ub.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Jawa Timur, namun kontribusi UMKM Indonesia terhadap ekspor nasional masih relatif rendah, yaitu sekitar 15,7%. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pembekalan pengetahuan dasar ekspor dan memperkenalkan pemanfaatan Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) kepada pelaku UMKM Jawa Timur. Pelatihan dilaksanakan secara daring dan diikuti sekitar 65 peserta melalui kolaborasi dengan Atase Perdagangan Republik Indonesia untuk Australia, Klinik Ekspor Bea Cukai Malang, dan praktisi usaha. Evaluasi dilakukan melalui survei pascapelatihan yang diisi oleh 44 peserta untuk mengidentifikasi pengetahuan awal secara retrospektif, minat pascapelatihan, persepsi keterterapan materi, dan kebutuhan pendampingan. Sebanyak 56,8% responden menyatakan bahwa sebelum kegiatan mereka belum mengetahui IA-CEPA; data ini menggambarkan kondisi awal retrospektif dan bukan hasil pengukuran peningkatan pengetahuan. Setelah pelatihan, 95,5% responden menyatakan berminat memanfaatkan IA-CEPA untuk ekspor ke Australia, dan 79,5% menilai materi dapat langsung diterapkan dalam usaha. Regulasi negara tujuan ekspor dipilih sebagai materi paling relevan oleh 43,2% responden, diikuti kurasi produk sebesar 36,4%. Temuan menunjukkan manfaat pelatihan sebagai pembekalan awal dan pemetaan kebutuhan pendampingan, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan kemampuan ekspor karena tidak menggunakan desain pre-test-post-test.

Kata kunci: ekspor; Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement; pelatihan ekspor; perjanjian dagang; usaha mikro, kecil, dan menengah

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play an important role in East Java's economy; however, the contribution of Indonesian MSMEs to national exports remains relatively low at approximately 15.7%. This community engagement program aimed to provide basic export knowledge and introduce the utilization of the Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) to MSMEs in East Java. The online training involved approximately 65 participants and was conducted in collaboration with the Indonesian Trade Attaché in Australia, the Malang Customs and Excise Export Clinic, and a business practitioner. A post-training survey completed by 44 participants assessed retrospectively reported prior awareness, post-training interest, perceived applicability of the materials, and further assistance needs. Before the training, 56.8% of respondents reported that they had not known about IA-CEPA; this retrospective measure describes prior awareness and is not evidence of knowledge gain. After the training, 95.5% expressed interest in utilizing IA-CEPA for exports to Australia, while 79.5% considered the materials directly applicable to their businesses. Export-destination regulations were selected as the most relevant topic by 43.2% of respondents, followed by product curation at 36.4%. The findings indicate the usefulness of the training as an initial learning activity and needs assessment, but they do not demonstrate improved export capability because no pre-test-post-test design or behavioral follow-up was used.

Keywords: export; export training; Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement; micro, small, and medium enterprises; trade agreements

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam perekonomian Jawa Timur. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur, terdapat kurang lebih 9,78 juta UMKM dengan kontribusi sebesar 59,18% terhadap Produk

Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur pada tahun 2023 (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur, n.d.). Besarnya jumlah dan kontribusi tersebut menunjukkan potensi UMKM sebagai salah satu penggerak utama perekonomian daerah. Namun, potensi tersebut belum diikuti oleh keterlibatan yang sebanding dalam perdagangan internasional. Kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional tercatat sekitar 15,7%, masih lebih rendah dibandingkan Singapura sebesar 41% dan Thailand sebesar 29% (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024). Dengan demikian, tantangan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan pengembangan jumlah dan kapasitas produksi UMKM, tetapi juga kemampuan untuk memperluas pasar hingga ke tingkat internasional. Angka 15,7% tersebut merujuk pada kontribusi UMKM terhadap total ekspor nasional, bukan persentase jumlah UMKM yang telah melakukan ekspor.

Proses memasuki pasar internasional merupakan tantangan tersendiri bagi UMKM karena keterbatasan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki. Studi Revindo (2017) terhadap 271 UKM eksportir dan 226 UKM non-eksportir di tujuh provinsi di Jawa, Madura, dan Bali menunjukkan bahwa jenis dan tingkat hambatan ekspor yang dihadapi UKM berbeda menurut tahapan ekspor serta sektor usahanya. Temuan ini menunjukkan bahwa intervensi terhadap UMKM tidak dapat hanya berupa pemberian akses pasar, tetapi perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kesiapan usaha pada masing-masing tahapan internasionalisasi (Revindo, 2017). Studi yang lebih mutakhir oleh Chaldun et al. (2024) terhadap 12 usaha kecil berorientasi ekspor di Indonesia juga menunjukkan bahwa keberhasilan internasionalisasi membutuhkan kombinasi kapabilitas produksi, jejaring, pemasaran, pembelajaran, dan kepatuhan atau aspek legal. Dengan demikian, penguatan kapasitas UMKM untuk memasuki pasar global perlu dilakukan secara multidimensional dan tidak cukup hanya berfokus pada kemampuan produksi.

Literatur lima tahun terakhir semakin menegaskan bahwa hambatan ekspor UMKM bersifat berlapis dan tidak dapat direduksi menjadi satu kendala tunggal. Bertrand et al. (2022) menunjukkan bahwa keputusan UMKM di negara berkembang untuk tidak mengekspor dapat muncul dari kombinasi kondisi internal, aset relasional, dan konteks pasar domestik. Tinjauan sistematis Calheiros-Lobo et al. (2023) juga memperlihatkan bahwa kinerja internasionalisasi dipengaruhi oleh interaksi antara karakteristik perusahaan, kemampuan manajerial, jejaring, pengetahuan pasar, dan pilihan strategi masuk. Dalam konteks Indonesia, Revindo et al. (2025) menemukan bahwa ekspansi ekspor UMKM didukung antara lain oleh pengalaman internasional pemilik, bantuan pemerintah, dan jejaring, sedangkan keberlanjutan ekspor dapat terhambat oleh keterbatasan informasi dan sumber daya manusia, logistik, promosi, pembiayaan, regulasi pemerintah asing, serta prosedur ekspor. Tambunan (2024) menambahkan bahwa kerja sama melalui kelembagaan kolektif seperti koperasi dapat mendukung kompetensi ekspor usaha mikro dan kecil di Indonesia, meskipun bukan satu-satunya faktor penentu. Temuan-temuan tersebut memperkuat argumen bahwa program penguatan UMKM perlu menghubungkan pengetahuan ekspor dengan kemampuan membaca pasar, memenuhi prosedur, membangun jejaring, dan menyesuaikan produk secara simultan.

Dukungan terhadap internasionalisasi UMKM perlu dirancang sesuai tahap kesiapan usaha. Ariyani (2022) menekankan pentingnya mempertimbangkan tingkat internasionalisasi UMKM dalam penentuan program pengembangan kompetensi, sementara Tinitis dan Fey (2022) menunjukkan bahwa efektivitas dukungan pemerintah terhadap ekspor dipengaruhi oleh waktu dan urutan intervensi. Dalam konteks Indonesia, Heriqbaldi et al. (2023, 2025) menemukan bahwa program promosi ekspor terutama bekerja melalui penguatan sumber daya, pengetahuan, kapabilitas, komitmen, dan strategi pasar. Temuan tersebut mendukung penggunaan pelatihan sebagai bentuk pembekalan awal, bukan sebagai ukuran langsung keberhasilan ekspor.

Kesiapan ekspor juga semakin terkait dengan kemampuan UMKM memanfaatkan teknologi dan mengubah pengetahuan menjadi kapabilitas operasional. Añón Higón dan Bonvin (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi meningkatkan peluang partisipasi SME dalam perdagangan internasional, baik secara langsung maupun melalui peningkatan produktivitas. Pada tahap setelah masuk pasar, Sadeghi et al. (2023) menunjukkan pentingnya pembangunan kapabilitas pengetahuan dan terutama kemampuan adaptif agar proses internasionalisasi dapat diterjemahkan menjadi kinerja ekspor. Bukti yang lebih dekat dengan konteks Indonesia juga

menunjukkan bahwa mentoring bisnis, kapabilitas digital, dan kapasitas manajemen mutu berkontribusi positif terhadap kesiapan ekspor UMKM (Vierke & Shafiq, 2026). Sementara itu, Singh et al. (2024) menempatkan dukungan institusional sebagai faktor yang berkaitan dengan kesiapan, aktivitas, dan inovasi ekspor. Oleh karena itu, pelatihan lebih tepat dipahami sebagai salah satu tahap dalam proses pembentukan kesiapan, yang perlu dihubungkan dengan pendampingan, sumber informasi yang dapat diakses kembali, dan dukungan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing usaha.

Perjanjian perdagangan internasional menyediakan fasilitas seperti tarif preferensial dan perluasan akses pasar, tetapi ketersediaan fasilitas tidak otomatis menjamin pemanfaatannya oleh pelaku usaha. Nasution dan Verico (2019) menemukan bahwa pemanfaatan Free Trade Agreement (FTA) di tingkat perusahaan terkendala dokumen, informasi, regulasi, sertifikasi, certificate of origin, dan prosedur pendaftaran. Temuan Anita dan Elisabeth (2026) juga menunjukkan bahwa penyederhanaan proses melalui fasilitasi perdagangan digital dapat mendorong utilisasi perjanjian perdagangan. Karena itu, akses informasi dan kemampuan memahami prosedur menjadi bagian penting dari dukungan bagi UMKM.

Pemanfaatan perjanjian perdagangan juga menuntut kemampuan teknis yang lebih rinci daripada sekadar mengetahui adanya preferensi tarif. Qu dan Zhang (2023), dalam studi mengenai pemanfaatan China-ASEAN Free Trade Agreement, menunjukkan bahwa margin tarif dapat mendorong utilisasi FTA, tetapi ketentuan rules of origin dapat menjadi penghambat ketika biaya kepatuhan meningkat. Di sisi lain, pemenuhan standar dan sertifikasi dapat berfungsi sebagai sinyal kredibilitas yang mempermudah penerimaan produk di pasar luar negeri. Pacheco et al. (2022) menemukan bahwa sertifikasi ISO berkaitan dengan penguatan internasionalisasi pada UKM industri, sedangkan Chou et al. (2024) menunjukkan bahwa sertifikasi standar internasional tertentu dapat meningkatkan efisiensi kepabeanan, penjualan ekspor, dan jangkauan destinasi ekspor. Implikasinya bagi UMKM adalah bahwa manfaat perjanjian seperti IA-CEPA baru dapat diakses apabila informasi mengenai tarif preferensial diikuti pemahaman mengenai asal barang, dokumen, sertifikasi, standar produk, dan prosedur kepabeanan. Karena itu, materi perjanjian dagang dalam kegiatan ini ditempatkan berdampingan dengan regulasi negara tujuan dan kesiapan produk, bukan sebagai materi kebijakan yang berdiri sendiri.

Kegiatan pengabdian ini juga merupakan hilirisasi dari kajian Killian (2020) mengenai rendahnya utilisasi perjanjian perdagangan oleh sektor privat. Temuan mengenai kompleksitas dan multiplicity perjanjian diterjemahkan ke dalam intervensi praktis berupa edukasi mengenai fasilitas perjanjian dagang, regulasi ekspor, kesiapan produk, dan akses pasar.

Kebutuhan tersebut menjadi semakin relevan dalam konteks Jawa Timur. Provinsi ini merupakan salah satu sentra ekspor Indonesia dengan nilai ekspor sebesar US\$22,87 miliar atau sekitar 8,53% dari total ekspor nasional (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, n.d.). Namun, aktivitas ekspor tersebut masih banyak ditopang oleh industri berskala besar, sedangkan keterlibatan UMKM dalam pasar internasional masih terbatas. Berdasarkan identifikasi permasalahan dalam kegiatan ini, UMKM menghadapi beberapa kebutuhan utama ketika akan memasuki pasar ekspor, yaitu akses terhadap informasi pasar luar negeri, pemahaman mengenai regulasi dan sertifikasi di Negara Tujuan Ekspor (NTE), kemampuan melakukan kurasi dan promosi produk sesuai karakteristik pasar, serta pemahaman mengenai fasilitas yang tersedia melalui perjanjian perdagangan. Kondisi tersebut sejalan dengan bukti empiris bahwa keterbatasan informasi dan kapasitas merupakan bagian dari hambatan internasionalisasi UKM Indonesia (Revindo, 2017), sementara pengembangan kapabilitas produksi, pemasaran, jejaring, pembelajaran, dan kepatuhan menjadi elemen penting bagi usaha kecil yang hendak bersaing di pasar global (Chaldun et al., 2024).

Salah satu perjanjian perdagangan yang dipilih sebagai bahan kegiatan adalah *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA-CEPA). Pemilihan IA-CEPA diarahkan untuk memperkenalkan kepada UMKM bagaimana suatu perjanjian perdagangan dapat digunakan secara konkret untuk mendukung perluasan pasar ke Australia. Pemanfaatannya tidak hanya membutuhkan pengetahuan mengenai keberadaan perjanjian, tetapi juga pemahaman mengenai akses pasar, regulasi dan sertifikasi negara tujuan, prosedur ekspor, serta kemampuan melakukan kurasi dan promosi produk. Oleh karena itu, kegiatan dirancang melalui

kolaborasi dengan Atase Perdagangan Republik Indonesia untuk Australia dan Klinik Ekspor Bea Cukai Malang serta melibatkan praktisi usaha, sehingga pembahasan mengenai perjanjian dagang dapat dihubungkan dengan aspek regulasi, prosedur, dan kesiapan produk untuk memasuki pasar internasional.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan kegiatan dirumuskan pada masih terbatasnya akses pelaku UMKM Jawa Timur terhadap pengetahuan praktis mengenai pemanfaatan IA-CEPA, regulasi dan sertifikasi negara tujuan ekspor, kurasi dan promosi produk, serta informasi pasar internasional. Permasalahan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara fasilitas perdagangan yang tersedia pada tingkat kebijakan dan kesiapan pelaku usaha untuk memahami langkah-langkah pemanfaatannya.

Atas dasar permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pembekalan pengetahuan dasar mengenai proses ekspor dan pemanfaatan IA-CEPA kepada pelaku UMKM Jawa Timur, sekaligus mengidentifikasi kebutuhan informasi dan materi pendampingan untuk mendukung proses internasionalisasi usaha. Penyusunan materi digital dan Market Intelligence Report (MIR) ditempatkan sebagai rencana tindak lanjut berdasarkan kebutuhan yang teridentifikasi, bukan sebagai luaran yang telah dihasilkan pada tahap pelatihan ini.

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk pelatihan daring melalui Zoom pada 19 Oktober 2024 dengan sasaran pelaku UMKM, terutama yang berasal dari Jawa Timur. Kegiatan diikuti sekitar 65 peserta, melampaui target awal minimal 30 peserta. Pelatihan menggunakan metode pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab dengan melibatkan Atase Perdagangan Republik Indonesia untuk Australia, Klinik Ekspor Bea Cukai Malang, dan praktisi usaha. Materi meliputi pemanfaatan *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA-CEPA), regulasi dan sertifikasi ekspor, serta teknik kurasi dan promosi produk di pasar internasional.

Evaluasi dilakukan melalui satu survei pascapelatihan menggunakan Google Form yang diisi oleh 44 dari sekitar 65 peserta. Instrumen memuat pertanyaan mengenai pengetahuan peserta tentang IA-CEPA sebelum pelatihan yang ditanyakan secara retrospektif, minat memanfaatkan IA-CEPA setelah pelatihan, persepsi keterterapan materi, serta materi yang dianggap paling relevan dan masih dibutuhkan. Data dianalisis secara deskriptif menggunakan frekuensi dan persentase, kemudian diperkaya dengan informasi dari sesi diskusi dan tanya jawab. Survei belum mengumpulkan karakteristik responden secara rinci, seperti jenis usaha, komoditas, pengalaman ekspor, dan wilayah asal; karena itu karakteristik tersebut tidak disimpulkan dalam artikel ini dan menjadi komponen yang perlu ditambahkan pada evaluasi kegiatan berikutnya.

Indikator ketercapaian kegiatan dibatasi pada indikator yang tersedia dalam desain evaluasi. Ketercapaian proses dinilai dari realisasi jumlah peserta dibandingkan target awal minimal 30 peserta dan tersampainya seluruh materi. Ketercapaian hasil jangka pendek dinilai dari persentase responden yang berminat memanfaatkan IA-CEPA setelah pelatihan, persepsi bahwa materi dapat diterapkan, serta teridentifikasinya kebutuhan pendampingan. Data 56,8% responden yang belum mengetahui IA-CEPA sebelum kegiatan hanya digunakan sebagai gambaran kondisi awal secara retrospektif. Karena tidak tersedia pre-test dan post-test, perubahan pengetahuan, keterampilan ekspor, maupun kemampuan pemanfaatan IA-CEPA tidak dihitung sebagai indikator keberhasilan. Evaluasi berikutnya perlu menggunakan pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan agar perubahan pengetahuan dapat dinilai secara terukur.

Hasil evaluasi digunakan untuk merumuskan kebutuhan pendampingan berikutnya. Pengembangan materi digital dan Market Intelligence Report (MIR) diposisikan sebagai rencana tindak lanjut dan tidak dihitung sebagai capaian kegiatan pada tahap ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara daring melalui Zoom pada 19 Oktober 2024 dan diikuti oleh sekitar 65 peserta, terutama pelaku UMKM dari Jawa Timur. Jumlah tersebut telah melampaui target awal kegiatan Tahun I, yaitu minimal 30 pelaku UMKM. Pelatihan dilaksanakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, Atase Perdagangan Republik Indonesia untuk Australia, Klinik Ekspor Bea Cukai Malang, dan praktisi dari PT IBN Putera Nusantara. Kolaborasi tersebut memungkinkan peserta memperoleh materi dari tiga aspek yang saling melengkapi, yaitu pemanfaatan *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA-CEPA), regulasi dan sertifikasi ekspor, serta teknik kurasi dan promosi produk untuk pasar internasional.

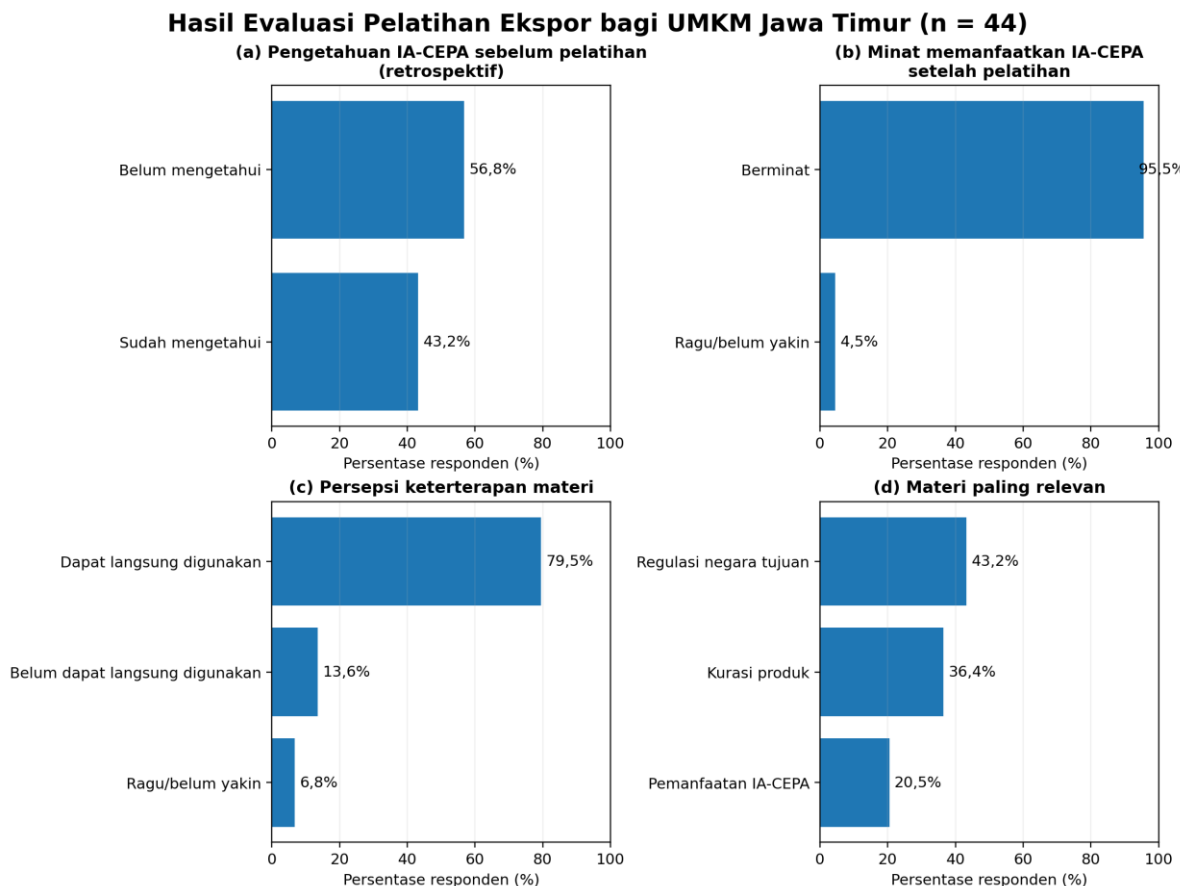
Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga sesi materi dan satu sesi diskusi. Sesi pertama memperkenalkan IA-CEPA, termasuk akses pasar dan peluang yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk memasuki pasar Australia. Sesi kedua membahas regulasi dan sertifikasi yang perlu dipenuhi sesuai dengan persyaratan negara tujuan ekspor. Sesi ketiga membahas kurasi dan strategi promosi produk, terutama penyesuaian kualitas, desain, kemasan, maupun karakteristik produk dengan preferensi pasar internasional. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab yang memberikan ruang bagi peserta untuk mengaitkan materi dengan permasalahan usaha yang mereka hadapi. Dengan demikian, pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang konsultasi awal antara UMKM, pemerintah, dan praktisi ekspor.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui survei pascapelatihan yang diisi oleh 44 peserta. Sebanyak 56,8% responden menyatakan bahwa sebelum mengikuti kegiatan mereka belum mengetahui IA-CEPA, sedangkan 43,2% menyatakan sudah mengetahui. Karena pertanyaan kondisi awal diajukan setelah kegiatan, angka tersebut diperlakukan sebagai data retrospektif dan tidak digunakan untuk menyatakan peningkatan pengetahuan. Pada pengukuran pascapelatihan, 95,5% responden menyatakan berminat memanfaatkan IA-CEPA apabila melakukan ekspor ke Australia. Angka 95,5% menunjukkan minat atau intensi pascapelatihan, bukan bukti bahwa peserta telah mampu atau telah menggunakan fasilitas IA-CEPA dalam praktik ekspor.

Pada aspek keterterapan, 79,5% responden menilai materi dapat langsung digunakan dalam usahanya, 13,6% menilai belum dapat langsung digunakan, dan 6,8% masih ragu-ragu atau belum yakin. Hasil ini merupakan persepsi peserta terhadap keterterapan materi, bukan pengukuran penerapan aktual. Perbedaan respons dapat berkaitan dengan variasi kesiapan usaha, jenis produk, legalitas, kapasitas produksi, pemenuhan standar, serta negara tujuan. Dengan demikian, pelatihan umum lebih tepat diposisikan sebagai pembekalan awal yang perlu diikuti pendampingan lebih spesifik sesuai karakteristik usaha.

Kebutuhan peserta terlihat dari pilihan materi yang dianggap paling relevan: regulasi negara tujuan ekspor 43,2%, teknik kurasi produk 36,4%, dan pemanfaatan IA-CEPA 20,5%. Distribusi ini menunjukkan bahwa kebutuhan peserta lebih banyak berada pada informasi operasional untuk memasuki pasar persyaratan, sertifikasi, standar produk, serta penyesuaian produk daripada sekadar pengenalan perjanjian dagang. Temuan tersebut sejalan dengan diskusi selama pelatihan, ketika pertanyaan peserta banyak berfokus pada penerapan regulasi dan strategi ekspor untuk produk masing-masing. Pola ini mendukung argumen Ariyani (2022) bahwa dukungan internasionalisasi perlu disesuaikan dengan tingkat kesiapan UMKM, serta Heriqbaldi et al. (2023) bahwa program promosi ekspor perlu memperkuat sumber daya dan kapabilitas yang menopang strategi ekspor.

Dominannya kebutuhan pada regulasi negara tujuan dan kurasi produk memperlihatkan bahwa persoalan peserta berada pada tahap menerjemahkan peluang pasar menjadi persyaratan yang dapat ditindaklanjuti. Temuan ini konsisten dengan Bertrand et al. (2022) dan Revindo et al. (2025), yang menempatkan hambatan prosedural, informasi, logistik, dan sumber daya sebagai bagian yang saling berhubungan dalam proses ekspor UMKM. Dalam konteks pemanfaatan perjanjian dagang, kebutuhan terhadap regulasi juga penting karena keuntungan tarif tidak berdiri sendiri.



Gambar 1. Hasil Evaluasi Pelatihan Ekspor bagi UMKM Jawa Timur

Catatan: n = 44. Data pengetahuan IA-CEPA sebelum pelatihan diperoleh secara retrospektif; indikator minat dan keterterapan merupakan respons pascapelatihan.

Qu dan Zhang (2023) menunjukkan bahwa ketentuan asal barang dapat mengurangi tingkat utilisasi FTA ketika biaya pemenuhan persyaratan menjadi tinggi. Pada saat yang sama, kebutuhan kurasi produk berkaitan dengan kemampuan memenuhi standar pasar dan membangun kepercayaan pembeli. Hasil Pacheco et al. (2022) dan Chou et al. (2024) memperlihatkan bahwa sertifikasi dan standar dapat mendukung penerimaan produk serta aktivitas ekspor. Dengan demikian, tindak lanjut pelatihan sebaiknya tidak hanya mengulang materi umum mengenai peluang ekspor, tetapi mengembangkan panduan yang lebih spesifik menurut komoditas dan negara tujuan, misalnya daftar persyaratan dokumen, standar dan sertifikasi, rules of origin, karakteristik kemasan, serta kanal informasi resmi yang dapat digunakan peserta ketika menyiapkan ekspor.

Berdasarkan desain evaluasi yang digunakan, ketercapaian kegiatan dapat dinyatakan pada tiga ranah. Pertama, indikator proses tercapai karena jumlah peserta sekitar 65 orang melampaui target minimal 30 peserta dan seluruh sesi materi terlaksana. Kedua, pada indikator respons pascapelatihan, 95,5% responden menyatakan berminat memanfaatkan IA-CEPA dan 79,5% menilai materi dapat langsung digunakan. Ketiga, kegiatan menghasilkan pemetaan kebutuhan pendampingan yang lebih spesifik, terutama regulasi negara tujuan dan kurasi produk. Ketiga indikator tersebut tidak ekuivalen dengan peningkatan kemampuan ekspor; kemampuan aktual baru dapat dinilai melalui pengukuran keterampilan, penerapan, dan perilaku ekspor pada tahap lanjutan.

Pada tahap ini, hasil kegiatan terutama menunjukkan eksposur terhadap informasi, minat pascapelatihan, persepsi keterterapan, dan kebutuhan pendampingan. Artikel ini tidak menyimpulkan adanya peningkatan pengetahuan atau kemampuan ekspor karena tidak tersedia pengukuran pre-test-post-test maupun observasi perilaku ekspor aktual. Secara programatik, tingginya minat peserta dapat dibaca sebagai sinyal bahwa pengenalan fasilitas IA-CEPA relevan

untuk dilanjutkan dengan intervensi yang lebih bertahap. Hal ini sejalan dengan Tinitis dan Fey (2022) yang menunjukkan pentingnya waktu dan urutan dukungan pemerintah dalam proses pengembangan ekspor.

Pembedaan antara minat, persepsi keterterapan, kesiapan, dan kinerja ekspor penting dipertahankan agar hasil pelatihan tidak ditafsirkan melampaui desain evaluasinya. Tingginya minat sebesar 95,5% menunjukkan adanya penerimaan terhadap peluang yang diperkenalkan, tetapi minat tersebut masih memerlukan proses penguatan kapabilitas sebelum dapat menjadi perilaku ekspor. Vierke dan Shafiq (2026) menunjukkan bahwa mentoring, kapabilitas digital, dan manajemen mutu dapat memperkuat kesiapan ekspor, sedangkan Sadeghi et al. (2023) menekankan peran kemampuan adaptif dalam mengubah proses internasionalisasi menjadi hasil kinerja. Temuan Singh et al. (2024) juga menunjukkan bahwa dukungan institusional berhubungan dengan kesiapan dan aktivitas ekspor. Perspektif ini memperkuat alasan mengapa hasil kegiatan sekarang lebih tepat diposisikan sebagai pembekalan awal dan pemetaan kebutuhan. Karena survei belum merekam tahap kesiapan setiap peserta, program lanjutan perlu melakukan segmentasi sederhana—misalnya berdasarkan pengalaman ekspor, legalitas, kapasitas produksi, kesiapan standar, dan negara tujuan—sehingga dukungan dapat diberikan secara bertahap sebagaimana disarankan Tinitis dan Fey (2022). Materi digital dan MIR dapat membantu mengurangi kesenjangan informasi, sementara kapabilitas digital sendiri berpotensi memperluas partisipasi perdagangan UMKM (Añón Higón & Bonvin, 2024); namun kedua instrumen tersebut tetap perlu dipadukan dengan konsultasi atau mentoring untuk kebutuhan yang bersifat spesifik.

Keunggulan utama kegiatan ini terletak pada pendekatan kolaboratif dan materi yang menggabungkan dimensi kebijakan dengan kebutuhan praktis pelaku usaha. Kehadiran Atase Perdagangan memberikan perspektif mengenai pasar Australia dan pemanfaatan IA-CEPA, sedangkan Bea Cukai memberikan penjelasan terkait regulasi dan prosedur ekspor, serta praktisi memberikan perspektif mengenai kesiapan dan kurasi produk. Format daring juga memungkinkan kegiatan menjangkau peserta dari wilayah yang lebih luas tanpa kendala jarak. Di sisi lain, pelaksanaan secara daring dan dalam satu kali kegiatan memiliki keterbatasan untuk memberikan pendampingan yang bersifat individual. Perbedaan jenis produk, kesiapan usaha, serta negara tujuan membuat kebutuhan setiap UMKM tidak dapat seluruhnya diselesaikan melalui pelatihan umum.

Keterbatasan evaluasi perlu menjadi bagian penting dalam interpretasi hasil. Survei hanya diisi oleh 44 dari sekitar 65 peserta dan dilakukan setelah pelatihan; karena itu, hasil menggambarkan persepsi, minat, dan kondisi awal yang diingat kembali oleh responden, bukan perubahan pengetahuan yang diukur secara langsung. Instrumen juga belum merekam karakteristik peserta secara rinci, seperti jenis usaha, komoditas, pengalaman ekspor, dan wilayah asal, sehingga perbedaan kebutuhan antarsegmen UMKM belum dapat dianalisis. Selain itu, kegiatan belum mengamati pemanfaatan IA-CEPA, praktik ekspor, omzet, atau nilai ekspor setelah pelatihan. Kegiatan berikutnya perlu menggunakan profil peserta yang lebih lengkap, pre-test–post-test, serta pemantauan tindak lanjut untuk menghubungkan pembekalan dengan penerapan.

Tantangan lain yang teridentifikasi adalah kompleksitas informasi yang dibutuhkan UMKM. Regulasi, sertifikasi, karakteristik pasar, dan persyaratan produk berbeda menurut komoditas dan Negara Tujuan Ekspor sehingga sulit disampaikan secara mendalam dalam satu kegiatan pelatihan. Program pemerintah seperti *Export Coaching Program* juga telah menyediakan pendampingan bagi UMKM, tetapi keterbatasan kuota menyebabkan tidak seluruh pelaku usaha dapat memperoleh pendampingan secara intensif. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan terhadap materi yang dapat diakses dan dipelajari secara mandiri oleh UMKM.

Temuan kebutuhan peserta dapat digunakan untuk merancang tindak lanjut yang lebih terarah. Materi digital dan Market Intelligence Report (MIR) berbasis komoditas dan negara tujuan dapat dikembangkan sebagai sumber belajar setelah pelatihan, tetapi keduanya masih merupakan rencana pengembangan. Karena itu, artikel ini menempatkan MIR sebagai rekomendasi tindak lanjut, bukan sebagai capaian kegiatan yang telah terlaksana.

Secara keseluruhan, pelatihan ekspor berbasis pemanfaatan perjanjian perdagangan relevan dengan kebutuhan UMKM Jawa Timur. Capaian yang dapat dinyatakan pada tahap ini meliputi partisipasi yang melampaui target, tingginya minat pascapelatihan untuk memanfaatkan IA-CEPA, persepsi keterterapan materi, dan terpetakannya kebutuhan pendampingan pada aspek regulasi negara tujuan serta kurasi produk. Temuan tersebut mendukung perlunya pendampingan lanjutan yang lebih spesifik, namun belum cukup untuk menyimpulkan peningkatan pengetahuan, kemampuan ekspor, atau kinerja usaha.

4. KESIMPULAN

Pelatihan ekspor bagi UMKM Jawa Timur menunjukkan masih adanya kesenjangan informasi mengenai pemanfaatan perjanjian perdagangan. Sebanyak 56,8% dari 44 responden menyatakan secara retrospektif bahwa sebelum kegiatan mereka belum mengetahui IA-CEPA. Pada evaluasi pascapelatihan, 95,5% responden menyatakan berminat memanfaatkan IA-CEPA apabila melakukan ekspor ke Australia, sedangkan 79,5% menilai materi dapat langsung digunakan dalam usaha. Regulasi negara tujuan ekspor (43,2%) dan teknik kurasi produk (36,4%) menjadi kebutuhan utama untuk pendampingan berikutnya. Hasil tersebut menunjukkan manfaat pelatihan sebagai pembekalan awal dan pemetaan kebutuhan, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan pengetahuan atau kemampuan ekspor karena evaluasi tidak menggunakan pre-test-post-test dan belum mengamati perilaku ekspor aktual. Program berikutnya disarankan melengkapi profil peserta, menerapkan pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan, serta melakukan pendampingan bertahap melalui materi digital, MIR berbasis komoditas dan negara tujuan, atau skema blended learning. Dengan demikian, pengembangan program berikutnya perlu diarahkan dari pelatihan umum menuju dukungan bertahap yang menghubungkan pemahaman perjanjian dagang, kesiapan regulasi dan standar, kurasi produk, kapabilitas digital, serta mentoring sesuai tahap kesiapan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, S. L., & Elisabeth, C. R. (2026). ASEAN Single Window and ASEAN Trade in Goods Agreement utilization in Indonesia. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(1), 207–222. <https://doi.org/10.15408/sjie.v15i1.46436>
- Añón Higón, D., & Bonvin, D. (2024). Digitalization and trade participation of SMEs. *Small Business Economics*, 62(3), 857–877. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00799-7>
- Ariyani, L. (2022). Memetakan kebijakan internasionalisasi UMKM Indonesia. *Trade Policy Journal*, 1(1), 13–18.
- Asia Regional Integration Center. (n.d.). Free trade agreements. Asian Development Bank. Retrieved August 23, 2026, from <https://aric.adb.org/database/fta>
- Bertrand, O., Betschinger, M.-A., & Brea-Solís, H. (2022). Export barriers for SMEs in emerging countries: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 149, 412–423. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.045>
- Calheiros-Lobo, N., Vasconcelos Ferreira, J., & Au-Yong-Oliveira, M. (2023). SME internationalization and export performance: A systematic review with bibliometric analysis. *Sustainability*, 15(11), 8473. <https://doi.org/10.3390/su15118473>
- Chaldun, E. R., Yudoko, G., & Prasetyo, E. A. (2024). Developing a theoretical framework of export-oriented small enterprises: A multiple case study in an emerging country. *Sustainability*, 16(24), Article 11132. <https://doi.org/10.3390/su162411132>
- Chou, S.-C., Kuo, Y.-H., & Cheng, Y.-H. (2024). The value of international standards certification: Evidence on export and firm performance from a security enforcement on borders. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 98, 101926. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2024.101926>

- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2023, June 9). *Kurasi produk UKM berorientasi ekspor*. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/id/berita/kurasi-produk-ukm-berorientasi-ekspor>
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (n.d.). Satu Data: Profil K-UKM. Retrieved August 23, 2026, from https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/
- Heriqbaldi, U., Esquivias, M. A., Samudro, B. R., & Widodo, W. (2023). Do national export promotion programs in Indonesia support export competitiveness? *Heliyon*, 9(6), Article e16918. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16918>
- Heriqbaldi, U., Esquivias, M. A., Lau, W. Y., & Cesilia, A. F. (2025). Export promotion programs and firm performance: Linking knowledge, commitment, and market strategy to enhance competitiveness. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), Article 100479. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100479>
- Indonesia Eximbank. (n.d.). Program Desa Devisa. Retrieved August 23, 2026, from <https://www.indonesiaeximbank.go.id/product-services/program-desa-devisa>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024, July 22). *Pemerintah dukung bentuk kolaborasi baru agar UMKM Indonesia jadi bagian rantai pasok industri global*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5885/menko-airlangga-pemerintah-dukung-bentuk-kolaborasi-baru-agar-umkm-indonesia-jadi-bagian-rantai-pasok-industri-global>
- Killian, P. M. E. (2020). Indonesia's trade diplomacy through FTA: Analysis on actors, processes, and goals of diplomacy. *Global: Jurnal Politik Internasional*, 22(2), 163–190. <https://doi.org/10.7454/global.v22i2.492>
- Nasution, N. A., & Verico, K. (2019). Utilization of Free Trade Agreement in Indonesia: Firm-level data analysis of the Yogyakarta Special Region. *Economics and Finance in Indonesia*, 65(2), 169–186. <https://doi.org/10.47291/efi.v65i2.665>
- Pacheco, L., Lobo, C., & Maldonado, I. (2022). Do ISO certifications enhance internationalization? The case of Portuguese industrial SMEs. *Sustainability*, 14(3), 1335. <https://doi.org/10.3390/su14031335>
- Qu, Y., & Zhang, R. (2023). Assessing the effects of ROO and tariff margin on China-ASEAN free trade agreement utilization. *PLOS ONE*, 18(5), e0286106. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286106>
- Revindo, M. (2017). Types and severities of export barriers: Evidence from Indonesian SMEs. *Economics and Finance in Indonesia*, 63(2), 150–175. <https://doi.org/10.47291/efi.v63i2.573>
- Revindo, M. D., Gan, C., & Hambali, S. (2025). SME's export intensity: Enhancers, inhibitors and firm characteristics. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 37(2), 267–293. <https://doi.org/10.1080/08276331.2024.2321433>
- Sadeghi, A., Aliasghar, O., & Bouguerra, A. (2023). Unpacking the relationship between post-entry speed of internationalization and export performance of SMEs: A capability-building perspective. *Journal of International Management*, 29(1), 100982. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100982>
- Singh, V. K., Keshari, A., Singh, D., Singh, P. C., & Gautam, A. (2024). Green export strategies and SMEs export performance: Mediating roles of innovation, readiness, and activities. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13, 87. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00451-y>
- Tambunan, T. T. H. (2024). Micro and Small Enterprises' Export Competencies and Cooperation in Indonesia. *Journal of Developing Economies*, 9(1), 84–106. <https://doi.org/10.20473/jde.v9i1.53667>
- Tinits, P., & Fey, C. F. (2022). The effects of timing and order of government support mechanisms for SME exports. *Management International Review*, 62(2), 285–323. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00465-2>

Vierke, I. M. L., & Shafiq, M. A. (2026). The effect of business mentoring, digital capability, and quality management capacity on MSMEs' export performance: The mediating role of export readiness. *Journal The Winners*, 27(1), 33–45. <https://doi.org/10.21512/tw.v27i1.15034>