

## PENINGKATAN KOMPETENSI TECHNOPRENEUR BERBASIS E-COMMERCE DALAM MENGEMBANGKAN KEUNGGULAN DAYA SAING PASAR GLOBAL PADA PELAKU BISNIS UMKM KOTA BANDUNG

Nina Nurani<sup>1</sup>, Deden Sutisna<sup>2</sup>, Nurul Hermina<sup>3</sup>, Maman Suratman<sup>4</sup>, Uce Karna Suganda<sup>5</sup>, Lilis Yuaningsih<sup>6</sup>, Erwin Firdaus<sup>7</sup>

Jurusan Magister Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

\* Penulis Korespondensi : [nina.nurani@widyatama.ac.id](mailto:nina.nurani@widyatama.ac.id)

### Abstrak

UMKM memiliki dampak yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Walaupun UMKM telah melakukan ekspor berbasis e-commerce, UMKM masih mengalami berbagai kendala akibat minimnya kompetensi SDM, yaitu belum dapat memasarkan produk dengan maksimal. Oleh karena itu, pemasaran produk saat ini merupakan kendala bagi pelaku usaha UMKM. Peningkatan kompetensi bagi para technopreneur UMKM Kota Bandung diperlukan agar memiliki keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya untuk dilatih dan dikembangkan lebih lanjut sehingga mampu menghasilkan kinerja ekspor terbaik dalam mengelola usahanya berbasis e-commerce. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berupa pemaparan materi mengenai bisnis pasar global dilaksanakan pada 29 Mei 2022. Sebanyak 40 mitra UMKM KADIN Kota Bandung yang menghadiri kegiatan ini memiliki usaha di bidang kuliner, fashion, jasa dan perdagangan. Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan berjalan dengan baik dan materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan kerja. Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah diperlukannya program keberlanjutan dengan bantuan dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Widyatama dan KADIN Kota Bandung untuk membangun technopreneurship dan kebersamaan antar komunitas UMKM melalui Forum Informasi/ Komunikasi media.

**Kata kunci:** e-commerce, ekspor, pasar global, technopreneur, UMKM

### Abstract

MSMEs have a considerable impact on the Indonesian economy. Even though MSMEs have carried out e-commerce-based exports, MSMEs are still experiencing various obstacles due to the lack of HR competence, namely not being able to market their products to the fullest. Therefore, product marketing is currently an obstacle for MSME business actors. Competency enhancement for Bandung MSME technopreneurs is needed so that they have skills that are connected to one another to be trained and further developed so as to be able to produce the best export performance in managing their e-commerce-based businesses. Community Service activities in the form of presentations on global market business were held on May 29 2022. A total of 40 Bandung City Chamber of Commerce and Industry (KADIN) partners who attended this activity had businesses in the culinary, fashion, services and trade sectors. Based on the results of the evaluation, the activities went well and the training materials matched work requirements. A follow-up to this activity is the need for a sustainability program with the help of lecturers from the Widyatama University Postgraduate Program Master of Management and the Bandung City Chamber of Commerce and Industry to build technopreneurship and togetherness between the MSME community through the Media Information/Communication Forum.

**Keywords:** e-commerce, exports, global markets, technopreneurs, MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki dampak yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia dengan kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi (Muna et al., 2022). Namun demikian, kemampuan ekspor UMKM masih terbatas sekitar 14,37% dari total ekspor serta pemanfaatan e-commerce juga masih rendah yaitu sebesar 21%. Berdasarkan data eksportir tahun 2020, terdapat eksportir UMKM sebanyak 12.234 perusahaan atau 83,3% dari total eksportir dengan nilai ekspor sebesar USD 5,3 Milyar. Secara umum, potensi ekspor UMKM masih didominasi oleh produk-produk seperti aksesoris, batik, kriya, fashion, serta makanan dan minuman olahan (Hartanti dkk, 2021).

Walaupun UMKM telah melakukan ekspor berbasis *e-commerce*, UMKM masih mengalami berbagai kendala akibat minimnya kompetensi SDM, yaitu belum dapat memasarkan produk dengan maksimal. Oleh karena itu, pemasaran produk saat ini merupakan kendala bagi pelaku usaha UMKM (Stiadi et al., 2021).

Menurut (Hodijah et al., 2023), minimnya kompetensi *technopreneur* UMKM Kota Bandung terkait pengetahuan (*knowledge*) pasar luar negeri, konsistensi kualitas dan kapasitas produk, sertifikasi, sampai dengan pengetahuan logistik, sehingga menjadi kendala untuk mengimplementasikan ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*) bisnis berbasis kinerja *e-commerce* go pasar global efektif untuk berbagai produk UMKM unggulan pada berbagai marketplace saat berbisnis menggunakan sarana *e-commerce*.

Oleh karena itu diperlukan peningkatan kompetensi bagi para *technopreneur* UMKM Kota Bandung sesuai yang dikemukakan Suryana (Budiarto et al., 2018) adalah sebagai berikut: (1) *Managerial skill* (2) *Conceptual skill* (3) *Human skill* (4) *Decision making skill (time managerial skill)*, agar memiliki keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya untuk dilatih dan dikembangkan lebih lanjut sehingga mampu menghasilkan kinerja ekspor terbaik dalam mengelola usahanya berbasis *e-commerce*. Peningkatan kompetensi tersebut selaras dengan respon Pemerintah dalam menyambut baik terhadap seluruh upaya untuk meningkatkan kemampuan para *technopreneur* UMKM Kota Bandung menembus pasar global antara lain: (1) “Kreasi Nusantara, From Local to Global” yang memfasilitasi penjualan produk lokal ke Malaysia

dan Singapura; (2) “Buka Global” yang memfasilitasi pembelian produk lokal oleh para *customer* dari Malaysia, Singapura, Brunei, Hongkong, dan Taiwan; dan (3) “ASEAN Online Sale Day” yang bertujuan meningkatkan transaksi lintas batas *e-commerce* di kawasan Asia Tenggara (Hartanti et al., 2021).

Berdasarkan hal tersebut, diselenggarakan kegiatan seminar yang terkait dengan tema “Peningkatan Kompetensi *Technopreneur* Berbasis *E-Commerce* dalam Mengembangkan Keunggulan Daya Saing Pasar Global pada Pelaku Bisnis UMKM Kota Bandung”.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Widyatama bersinergi dengan KADIN Kota Bandung beserta Organisasi Bisnis Internasional merupakan tindak lanjut dari kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya.

Melalui kegiatan seminar tersebut dilakukan penguatan berupa pengetahuan dan pemahaman penting terkait sebagai berikut: (1) pemasaran digital, (2) *E-Commerce* dan (3) *marketplace* yang perlu dimiliki oleh para *technopreneur* UMKM Kota Bandung. Dilandasi oleh pemahaman pentingnya pengetahuan (1) *managerial skill* (2) *conceptual skill* (3) *human skill* (4) *decision making skill (time managerial skill)* sehingga para *technopreneur* UMKM Kota Bandung memiliki kemampuan komprehensif dalam merespon tuntutan konsumen internasional dan merubah budaya perusahaan untuk mengakselerasi kinerja ekspor perusahaan, serta pengetahuan konsistensi kualitas dan kuantitas dalam menghadapi persaingan produk asing yang semakin meluas.

Sebanyak 40 mitra UMKM KADIN Kota Bandung yang menghadiri kegiatan ini memiliki usaha di bidang kuliner, fashion, jasa dan perdagangan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah penjelasan (pemaparan), diskusi dan tanya jawab secara tatap muka. Target dari kegiatan ini adalah agar para *technopreneur* UMKM Kota Bandung dapat memiliki kompetensi pengetahuan manajerial: (1) pentingnya pemasaran berbasis *e-commerce* (2) pentingnya pemasaran berbasis *marketplace* (3) memenuhi persyaratan sertifikasi dan logistik terkait ekspor impor, sehingga mampu mengimplementasikan ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*) bisnis berbasis kinerja *e-commerce* go pasar global efektif untuk berbagai produk UMKM unggulan pada berbagai marketplace saat berbisnis menggunakan sarana *e-commerce*.

Pada penjelasan materi para pembicara menyampaikan materi pentingnya hal-hal berikut: (a) pemasaran berbasis *e-commerce* (b) pemasaran berbasis *marketplace*, serta (c) pentingnya (1) mengembangkan keunggulan daya saing bisnis melalui pasar global (2) meningkatkan pengetahuan manajerial dan keterampilan merespon pasar luar negeri, (3) konsistensi terhadap kualitas dan kapasitas produk, (4) memenuhi persyaratan sertifikasi (5) memahami pengetahuan logistik ekspor impor, sehingga mampu mengimplementasikan keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*) bisnis berbasis kinerja *e-commerce* untuk mengembangkan daya saing pasar global yang efektif untuk berbagai produk UMKM unggulan pada berbagai *marketplace*. Penyampaian materi didukung oleh tampilan visual berupa slide power point.

Para peserta berperan aktif dalam diskusi dan tanya jawab. Pembicara juga memberikan kesempatan kepada perwakilan peserta untuk berbagi pengalaman mengenai pentingnya (a) Pemasaran Berbasis *e-commerce* (b) Pemasaran berbasis *marketplace* (c) mengembangkan keunggulan daya saing bisnis melalui pasar global (d) meningkatkan pengetahuan manajerial dan keterampilan merespon pasar luar negeri, konsistensi terhadap kualitas dan kapasitas produk, memenuhi persyaratan sertifikasi, sampai dengan memahami pengetahuan logistik ekspor impor, sehingga mampu mengimplementasikan ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*) bisnis berbasis *e-commerce*.

Kerangka pemecahan masalah yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Penentuan permasalahan pada pelaku *technopreneur* UMKM kota Bandung yang terkait pentingnya peningkatan kompetensi *Technopreneur* berbasis *e-commerce* dalam mengembangkan keunggulan daya bisnis pasar global
- b. Beberapa permasalahan, yaitu minimnya kompetensi *technopreneur* berupa pengetahuan (*knowledge*) pasar luar negeri, minimnya keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*) terkait konsistensi kualitas dan kapasitas produk, sertifikasi, sampai dengan logistik, sehingga sulit untuk memiliki ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*) bisnis berbasis kinerja *e-commerce* berdaya saing pasar global efektif untuk berbagai produk UMKM unggulan pada berbagai *marketplace*.

Tahapan pelaksanaan kegiatan yang menjadi solusi yang ditawarkan untuk menjawab beberapa permasalahan yang dihadapi tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Pertemuan dengan perwakilan KADIN Kota Bandung dan pengumpulan data calon peserta PKM.

- b) Sosialisasi kegiatan kepada para pelaku *technopreneur* UMKM Kota Bandung melalui kerjasama dengan tim KADIN Kota Bandung
- c) Tim pelaksana PKM bekerjasama menyusun rencana kegiatan.
- d) Penyusunan materi oleh tim pelaksana PKM
- e) Tim pelaksana PKM menyusun jadwal kegiatan dan mempersiapkan keperluan kegiatan PKM
- f) Tim pelaksana PKM melaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah disusun.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berupa pemaparan materi mengenai bisnis pasar global dilakukan secara offline dan dilaksanakan pada hari Senin, 29 Mei 2022 di Universitas Widyatama Jalan Cikutra Bandung.

Setelah kegiatan dilaksanakan, dilakukan evaluasi dan analisis melalui pendekatan kualitatif dengan menganalisis data hasil kuesioner dan observasi peserta dalam mengikuti kegiatan tersebut.

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner yang disampaikan dan diisi oleh peserta, baik sebelum maupun setelah program dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana keberhasilan program dicapai. Selain pengisian kuisisioner, juga dilakukan pencatatan dan evaluasi kendala-kendala yang dihadapi oleh peserta terkait dengan penerapan materi penyuluhan yang diberikan kepada para peserta. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengetahui kendala dan solusi yang dilakukan untuk menyelesaikannya dan keberlanjutan kegiatan ini dengan melakukan pendampingan untuk melihat tingkat peningkatan implementasi dari materi yang telah diberikan, yaitu pengembangan keunggulan daya saing pasar global pada pelaku bisnis UMKM.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan secara offline dengan memberikan edukasi dan sosialisasi berupa pembekalan mengenai pentingnya meningkatkan kompetensi *technopreneur* berbasis *e-commerce* dalam mengembangkan keunggulan daya saing bisnis pasar global.

Kegiatan ini diawali dengan laporan dari Wakil Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Widyatama, dilanjutkan dengan sambutan dari Ketua KADIN Kota Bandung dan Pembukaan acara serta sambutan oleh Rektor Universitas Widyatama.

Para Peserta sangat antusias dan serius mengikuti kegiatan ini. Dari hasil profiling didominasi oleh jenis kelamin Perempuan (81%), usia Peserta sebagian besar antara 41 – 50 tahun dengan jenis usahanya yaitu Kuliner (75%), Fashion (17%), Jasa (5%) dan Perdagangan (3%). Posisi Pelaku Usaha umumnya Pemilik (90%).

Latar belakang pendidikan peserta sebanyak 8% berpendidikan SMP, 35% berpendidikan SMA, 19%

berpendidikan D3, 35% berpendidikan S1 dan sebanyak 3% berpendidikan S2.

Rentang usia sebanyak 22% berusia 20-30 tahun, 16% berusia 31-40 tahun, 35% berusia 41-50 tahun dan sebanyak 27% berusia lebih dari 50 tahun.

Dalam aspek bisnis, terutama pengetahuan tentang pemasaran global para peserta sudah cukup baik (43%), kemudian Pelaku Usaha (UMKM) yang cukup mampu menggunakan pemasaran secara digital dalam bisnis dan mampu menggunakan media sosial dalam bisnisnya sebanyak (43%). Semua Peserta UMKM (100%) mengharapkan seminar ini akan menambah pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital dan meningkatkan jejaring, sehingga bisnis semakin berkembang.

Sebanyak 89% peserta sering mengikuti seminar di KADIN. Dengan mengikuti seminar-seminar ini para peserta berharap dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. 98% peserta memiliki motivasi yang kuat untuk mengikuti seminar sampai dengan selesai.

Evaluasi Peserta terhadap instruktur menurut pooling, ternyata 97% menyatakan instruktur memiliki pengetahuan yang baik dan wawasan yang luas dengan materi yang disajikan dan memotivasi peserta untuk berpartisipasi aktif dalam mengikuti seminar. Instruktur memiliki kemampuan penyesuaian diri dengan Peserta Seminar (97%), menggunakan metode penyampaian yang sesuai dengan peserta (93%), dan membantu peserta menguasai kompetensi yang dilatihkan (95%).

Materi yang diikuti sesuai kebutuhan para peserta (97%) dan sesuai dengan tema seminar (95%). Materi seminar disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti, sehingga bermanfaat untuk bisnis para peserta (95%).

Adapun sarana dan prasarana seminar, ruang tempat seminar bersih dan tertata dengan baik (93%), semua peralatan dan perlengkapan saat pelaksanaan seminar tersedia cukup memadai (90%). Lokasi seminar bersih dan nyaman (97%) dan konsumsi pada saat istirahat makan siang disajikan dengan baik (97%). Sedangkan, untuk kepuasan peserta seminar, 100% peserta menyatakan seminar yang diadakan KADIN dan Universitas Widyatama telah sesuai dengan harapan, dan merasa senang mengikuti seminar ini. 98% peserta menyatakan akan mengikuti kembali seminar yang disediakan KADIN dan Universitas Widyatama dan 100% peserta akan menyarankan orang lain untuk mengikuti seminar yang diadakan oleh KADIN dan Widyatama ini.



(a)



(b)



(c)



(d)

**Gambar 1.** Kegiatan seminar UMKM (a) Pembukaan dan Sambutan dari Rektor Universitas Widyatama (b)

Pemaparan Narasumber (c) Para Peserta Seminar (d)  
Para Narasumber dan Peserta berfoto bersama

#### 4. KESIMPULAN

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- (1) Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat telah berjalan dengan lancar dan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan, dari mulai persiapan, pertemuan dengan mitra, pelaksanaan dan evaluasi.
- (2) Menurut studi pendahuluan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM binaan KADIN Kota Bandung, yaitu lemahnya Sumber Daya Manusia (SDM) baik secara *soft skill* maupun *hard skill*, terutama dalam pemanfaatan teknologi dalam menghadapi pasar global.
- (3) Dari hasil evaluasi, sebagian besar Peserta menilai pelaksanaan kegiatan dan kesiapan Panitia dinyatakan baik (95%), materi seminar yang diikuti sesuai dengan kebutuhan kerja (95%), materi seminar disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti (95%), materi seminar bermanfaat untuk bisnis (98%). Semua peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan saat pelaksanaan seminar telah tersedia memadai (96%)
- (4) Dalam hal Pelatih, hasil evaluasi Instruktur memiliki pengetahuan yang baik dan wawasan yang luas (98%), Instruktur memiliki kemampuan penyesuaian diri dengan Peserta seminar (99%), Instruktur memotivasi peserta untuk berpartisipasi aktif dalam mengikuti seminar yang diberikan (99%). Dalam hal sarana dan prasarana seminar tersedia dengan baik (96%)
- (5) Kegiatan yang akan datang, Peserta menyampaikan beberapa masukan antara lain, kegiatan seperti ini hendaknya dilakukan secara rutin, kemudian mengharapakan adanya seminar lanjutan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat direkomendasikan sebagai berikut :

- (1) Untuk KADIN Kota Bandung perlunya membangun program berkelanjutan bagi UMKM, khususnya yang berkaitan dengan penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) agar mampu mengikuti perkembangan zaman dan mampu berdaya saing secara global
- (2) Untuk UMKM Binaan KADIN Kota Bandung, perlunya membangun semangat kebersamaan antar anggota komunitas

UMKM Kota Bandung melalui sebuah media atau Forum Informasi/ Komunikasi.

- (3) Untuk tim pengabdian kepada masyarakat, perlu menindaklanjuti dengan program lanjutan untuk membantu pendampingan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Atas telah terselenggaranya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini kami menghaturkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ketua KADIN Kota Bandung beserta jajarannya, atas pemberian kesempatan untuk pendampingan mitra.
2. Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Widyatama dan Ketua Prodi Magister Manajemen Universitas Widyatama atas segala dukungan fasilitas, tenaga pikiran dan waktunya.
3. Ketua Yayasan Widyatama, Ketua LP2M dan tim Dosen serta tim mahasiswa sebagai penyelenggara kegiatan ini atas kontribusi dana, tenaga, waktu dan pikiran baik pada saat persiapan hingga pada akhir pelaksanaan kegiatan dan dapat ter-*publish*-nya naskah paper ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Hartanti, L. P. S., Yulia, N. A., & Levina, M. G. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penjualan Umkm Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding SNAPP*, 233–240.
- Hodijah, C., Kusnara, H. P., & Jaya, U. A. (2023). Pelatihan Strategi E-Commerce Dalam Mengembangkan Keunggulan Daya Saing Produk Usaha bagi Pelaku Bisnis UMKM Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(3).
- Muna, G. A. S., Ardani, W., & Putri, I. A. S. (2022). Penguatan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan melalui Presidensi G20 pada Era Pandemi Covid 19 pada UMKM di Bali. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 21–27.
- Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8–11.