

Penyuluhan UMKM *Go Ekspor* (Strategi Jualan *Online* Di Pasar Internasional) Pada Pelaku UMKM di Desa Gerogol Lombok Barat

Rusdi¹, Armiani², Ni Nyoman Yuliati³, Sukma Hidayat Kurnia Abadi⁴, I Made Suardana⁵,
Endang Kartini⁶, Baiq Kisnawati⁷, Khaerul Hadi⁸, Surahman Hidayat⁹, Ulfyani Asdiansyuri¹⁰,
Faizatul Fajariah¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM

**Corresponding author*

surahman.hidayat84@gmail.com

Abstract

This community service aims to provide education to MSME actors related to Online Selling Strategies in the International Market so that there is added value and profitability for MSME business actors in Gerogol Village. The target of service is MSME actors who are registered and already have a business license in Gerogol Village. Problems are solved in three stages of activities, namely preparation, implementation and evaluation. Preparations were made by conducting preliminary interviews to find out the conditions in the field regarding the basic problem of non-development of MSMEs in Gerogol Village. The implementation was carried out by providing counseling on how to create added value for the businesses of each MSME actor in Gerogol Village. Evaluation of activities is carried out for each stage by collecting and concluding data from each stage of the activity. The results of the Online Sales Strategy in the International Market counseling activity for MSMEs in Grogol Village, West Lombok, show a high level of enthusiasm from MSME actors because there are new opportunities to increase business scale and profits.

Keywords: *Go Export, MSMEs, Gerogol Village, West Lombok.*

Abstrak

Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi pada pelaku UMKM terkait Strategi Jualan *Online* di Pasar Internasional sehingga ada nilai tambah dan profitabilitas bagi pelaku usaha UMKM di Desa Gerogol. Sasaran pengabdian adalah pelaku UMKM yang terdaftar dan sudah memiliki izin usaha di Desa Gerogol. Permasalahan diselesaikan dalam tiga tahapan kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Persiapan dilakukan dengan melakukan interviu pendahuluan untuk mengetahui kondisi di lapangan mengenai masalah dasar tidak berkembangnya UMKM di Desa Gerogol. Pelaksanaan dilakukan dengan memberikan penyuluhan bagaimana menciptakan nilai tambah untuk usaha dari masing-masing pelaku UMKM di Desa Gerogol. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk masing-masing tahap dengan mengumpulkan dan menyimpulkan data dari masing-masing tahapan kegiatan. Hasil kegiatan penyuluhan Strategi Jualan *Online* di Pasar Internasional pada UMKM di Desa Grogol Lombok Barat menunjukkan tingkat atusias yang tinggi dari pelaku UMKM karena adanya peluang baru untuk meningkatkan skala bisnis dan profit.

Kata Kunci: *Go Export, UMKM, Desa Gerogol, Lombok Barat*

A. PENDAHULUAN

Desa Gelogor merupakan sebuah desa di kecamatan kediri, kabupaten Lombok Barat, provinsi Nusa Tenggara Barat yang dihuni oleh penduduk sebanyak 7.813 Jiwa (Tim Diseminasi, 2024). Melalui pengamatan yang dilakukan desa gelogor memiliki potensi ekonomi yang kuat, terutama sebagai sentra produksi kerupuk terbaik di wilayah tersebut. Selain itu, desa ini memiliki infrastruktur pendidikan yang cukup baik dengan keberadaan beberapa sekolah dasar, satu sekolah menengah atas, serta pondok pesantren yang

menyediakan pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Dengan luas wilayah sekitar 168,162 hektar dan terdiri dari delapan dusun, Gelogor terus berkembang melalui pemekaran wilayah untuk menyesuaikan dengan pertumbuhan penduduk dan kebutuhan administratif (Gelogor, Kediri, Lombok Barat, n.d.). Potensi ini menjadikan Gelogor sebagai desa yang memiliki prospek cerah dalam pengembangan ekonomi lokal dan pendidikan masyarakat.

Salah satu sektor yang menonjol yang dapat ditingkatkan prospek usahanya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi focus perhatian. Namun, dalam era digital saat ini, Seiring dengan perkembangan teknologi digital, trend belanja masyarakat bergeser dari toko fisik ke toko daring (Ismail, 2020) dalam (Ayu Nursanty et al., 2025). Konsumen masa kini lebih cenderung melakukan pembelian secara online karena dinilai lebih praktis, fleksibel, dan efisien. Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola pemasaran digital (Agustin & Febriana, 2023) dalam (Ayu Nursanty et al., 2025)

Berdasarkan hasil interviu dengan pejabat desa Gerogol menunjukkan bahwa rata rata pelaku UMKM di Desa Gerogol sudah memiliki izin usaha. Namun, meskipun sudah mengantongi izin usaha tapi pelaku usaha banyak yang masih belum bisa menaikkan skala bisnisnya, ini menjadikan alasan bagi kami untuk melakukan program pengabdian jangka pendek terhadap masyarakat di Desa Grogol Khususnya bagi pelaku UMKM untuk diberdayakan dengan memberikan penyuluhan Strategi Jualan Online di Pasar Internasional pada UMKM di Desa Grogol Lombok Barat.

Situasi dilapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM di Desa Grogol membutuhkan pasar baru yang memiliki nilai jual yang tinggi. Rendahnya daya beli masyarakat lokal mempengaruhi semangat dan jumlah produksi dari pelaku UMKM melemah. Dengan jumlah permintaan yang semakin menurun menyebabkan pelaku usaha UMKM mengurangi jumlah produksi dan jumlah tenaga kerjanya.

Berdasarkan deskripsi permasalahan diatas, dapat disimpulkan bahwa penyuluhan *Go Export* (Strategi Jualan *Online* di Pasar Internasional) merupakan salah satu bagian terpenting yang perlu dilakukan untuk memberikan solusi atas masalah melemahnya permintaan dan rendahnya daya beli lokal atas produk produk UMKM di desa Gerogol

Lombok Barat, mengingat begitu besarnya dampak digital marketing bagi kemajuan UMKM (Wardah et al., 2025) yang bisa memperluas cakupan pemasaran produk UMKM.

B. METODE

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan mapping business dengan pelaku UMKM untuk melihat kondisi di lapangan mengenai kendala eksistensi bisnis UMKM di Desa Grogol. Dalam tahap ini dicari permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam hal pemasaran.

Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam tahap ini pengabdian memberikan edukasi keuntungan menjual produk usaha di pasar Internasional. Tahap yang terakhir adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini dilakukan evaluasi atas hasil penyuluhan. Masukan dan perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada tahap ini. Evaluasi diberikan dengan menanyakan respon pelaku UMKM setelah menjual produknya di Pasar Internasional. Hasil diskusi dengan pelaku UMKM setelah melakukan penjualan di pasar Internasional akan menjadi topic pembahasan yang akan ditindaklanjuti oleh pengabdian.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan tutorial dan diskusi. Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Langkah 1: Peserta diberikan materi mengenai Strategi jualan *online* di pasar Internasional

Langkah2: Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah diberikan. Kesempatan tanya jawab diberikan untuk memperjelas hal-hal yang masih menjadi keraguan.

Langkah 3: Peserta diberikan pelatihan menggunakan media media online untuk bisa berjualan di Pasar Internasional.

Langkah 4: Peserta diberikan waktu untuk menjual produknya di media *online* yang sudah di ajarkan

Langkah 5: Hasil penjualan produk dievaluasi untuk diberikan masukan dan perbaikan lebih lanjut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan strategi jualan *online* di pasar Internasional di Desa Gerogol

kabupaten Lombok Barat dilaksanakan pada tanggal 9 November 2024. Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar dihadiri oleh 10 pelaku usaha UMKM dan pemuda Desa Gerogol. Peserta terlihat antusias dengan materi dan pelatihan yang diberikan. Hal ini terlihat dari awal hingga akhir acara, semua peserta mengikuti dengan baik.



Gambar 1. Kegiatan Penyuluhan UMKM

Materi mengenai strategi jualan online di pasar Internasional dilakukan pada waktu yang sama dengan pelatihan menggunakan media online jualannya. Setelah diberikan pelatihan, kemudian diberikan waktu selama satu bulan untuk melakukan penjualan. Hasil dari penjualan menggunakan media online di pasar Internasional kemudian ditanyakan kendala dan keuntungannya. Dari hasil pernyataan dari pelaku usaha UMKM yang menjalankan program jualan online di pasar Internasional ini banyak mengalami kendala teknis di bagian IT nya, tapi ada beberapa yang mendapatkan keuntungan dari penjualan di pasar internasional melalui online ini adalah 1 barang yang terjual sama dengan 10 barang yang terjual di pasar domestic atau lokal.



Gambar 2. Penyampaian Materi Strategi Jualan Online

Berdasarkan hasil evaluasi Penyuluhan UMKM *Go Export* (Strategi penjualan *online* di pasar Internasional) di Desa Gerogol Kabupaten Lombok Barat, ada beberapa hambatan yang ditemukan adalah:

1. Minimnya kesadaran dan pembentukan perilaku sadar dan peduli atas perkembangan atau persaingan penjualan secara online sehingga merasa tidak membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
2. Minimnya transformasi kemampuan kerja membuka wawasan pengetahuan, kecakapan, keterampilan, agar membuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan ekonomi
3. Minimnya peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan, keterampilan sehingga tidak terbentuknya inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian

Upaya-upaya yang ditempuh untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut adalah:

1. Memberikan edukasi dan kasus pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini yang mempengaruhi persaingan penjualan atau sering kita kenal dengan perang dagang saat ini terjadi.
2. Memberikan pelatihan menggunakan media media *online/market place* yang diopersioanakan secara *online* untuk mendapatkan pasar nasional dan internasional.

Memberikan hasil evaluasi dan tindaklanjutnya untuk mencapai tujuan terjualnya produk secara *online* di pasar internasional sehingga memberikan motivasi bagi pelaku UMKM dan sadar bahwa keuntungan berjualan di pasar Internasional secara online sangat

menggiurkan.

D. KESIMPULAN

Dari kegiatan penyuluhan Penyuluhan UMKM *Go Export* dengan strategi jualan online di pasar Internasional, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penyuluhan UMKM *Go Eksport* dilaksanakan masih belum baik, sehingga pelaksanaan pemberdayaan pelaku UMKM *Go Export* yang dilakukan masih kurang merubah perilaku karena mereka kurang memiliki kesadaran untuk meningkatkan wawasannya dan hal tersebut berdampak pada kurangnya kemampuan dan keterampilan dalam melaksanakan jualan *online* di Pasar Internasional.
2. Adanya upaya-upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam pemberdayaan perempuan melalui pelatihan menggunakan media media *online/market place* di pasar Internasional sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan material.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat seyogianya dilaksanakan secara berkelanjutan agar mampu memberikan dampak positif dan nyata, khususnya bagi pelaku usaha masyarakat di tingkat akar rumput. STIE AMM Mataram sebagai institusi pendidikan tinggi memiliki komitmen untuk terus berperan aktif dalam memberikan kontribusi yang bermanfaat melalui pelaksanaan Tridarma Perguruan Tinggi, salah satunya melalui program pengabdian kepada masyarakat.

Melalui kegiatan Penyuluhan UMKM *Go Ekspor* (Strategi Jualan *Online* di Pasar Internasional) yang dilaksanakan di Desa Gerogol, Lombok Barat, para dosen STIE AMM Mataram berupaya mendorong para pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi digital dan *platform* perdagangan internasional guna memperluas jangkauan pasar mereka. Harapannya, kegiatan ini dapat memberikan dampak luas dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pimpinan STIE AMM Mataram atas dukungan moril maupun materil yang telah diberikan, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Dukungan tersebut merupakan bagian penting dalam mewujudkan visi dan misi perguruan tinggi, khususnya dalam membumikan ilmu pengetahuan agar lebih membumi dan bermanfaat langsung bagi masyarakat.

Ucapan terima kasih yang tulus juga kami sampaikan kepada pemilik UMKM *Go Eksport*, yang telah dengan terbuka dan hangat menerima kehadiran tim dosen STIE AMM Mataram. Semoga ilmu dan strategi yang telah dibagikan dalam kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata, khususnya dalam memperkuat kapasitas usaha serta memperluas jangkauan pemasaran produk ke pasar internasional secara lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Nursanty, I., Syakbani, B., Amrul, R., Fariantin, E., Nengah Arsana, I., Made Murjana, I., Wahyullah, M., Pratama Agusfianto, N., Setiawati, E., & Faizathul Octavia, Y. (2025). *Valid Jurnal Pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram Penggunaan Media Sosial Untuk Memasarkan Abon Pada UKM Abon Hasanah Di Desa Kediri Selatan Kabupaten Lombok Barat* (Vol. 3, Issue 2).
- Gelogor, Kediri, Lombok Barat.* (n.d.).
https://id.wikipedia.org/wiki/Gelogor,_Kediri,_Lombok_Barat
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram. 2024. Panduan Penyusunan Laporan Pengabdian pada masyarakat. Mataram: LP3M.
- Tim Diseminasi (Ed.). (2024). *KECAMATAN KEDIRI DALAM ANGKA Kediri District in Figures 2024*.
<https://web-api.bps.go.id/download.php?f=ACdPMnl6sg1LCoBMWX8IUUI5cmwzOTJuVnlCdmNzTUJaTUZJMnFSWVpMM24weGRXVk0ralNybHpsNmtpcC8wZ3VpUld0MnlxdTF1a2NhTXYrcG00endHaXdMQk1GMDVGZmwyYzRDYkIyWUh0WENFSFpPRUp6TmI3M1NwSm1GM3NwQUM1c2Q5VnMzR3pRVTI0UW01YUt2UDFUbzRTWXJpL1>
- Wardah, S., Wardani, R., Ratna Mutia, G., Amri, S., Saori, S., Desthania Prathama, B., Reno Kemala Sari, P., & Ertin Helmida, B. (2025). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Gerabah Di Desa Banyumulek. In *Valid Jurnal Pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram* (Vol. 3, Issue 1).