



Sosialisasi dan Edukasi *Go Green and Go Export* bagi UMKM Lampung dan Sabah Malaysia

*Nairobi, Ernie Hendrawaty, Nurdiono, Agrianti Komalasari, Sri Suningsih

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No.1 Gedongmeneng Rajabasa Bandar Lampung, 35145 Indonesia

*Corresponding Author e-mail: sri.suningsih@feb.unila.ac.id

Received: Juli 2023; Revision: Juli 2023; Published: Agustus 2023

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan mengedukasi dan melatih UMKM Indonesia dan UMKM Malaysia khususnya UMKM Bandar Lampung dan UMKM Sabah Malaysia agar dapat menembus pasar internasional, serta dengan konsep industri hijau diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kepercayaan akan produk UMKM. Metode pengabdian yang akan dilaksanakan ialah berupa pelatihan dan workshop penerapan konsep go green, dan prosedur ekspor produk ke pasar global dengan peserta atau mitra internal UMKM Bandar Lampung berjumlah 20 UMKM dan 15 UMKM Sabah Malaysia, sedangkan mitra eksternalnya merupakan Exportir CV. Keripik Panda yang telah berpengalaman melakukan praktik export ke beberapa negara. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui tiga tahapan antara lain persiapan, tahap pelatihan, dan tahapan monitoring dan evaluasi kegiatan. Hasil menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan peserta sebelum dan setelah treatment. Perolehan nilai hasil rata-rata pre-test adalah 57.00, sedangkan untuk perolehan nilai rata-rata post-test peserta adalah 76.00. Terdapat peningkatan pengetahuan peserta sebesar 6.6%. Dengan demikian, kegiatan ini dapat menambah pengetahuan peserta, serta memberikan dampak positif bagi keberlangsungan dan kemajuan produk UMKM khususnya UMKM Bandar Lampung Indonesia, dan UMKM Sabah Malaysia.

Kata Kunci: UMKM Bandar Lampung, UMKM Sabah Malaysia, Go Green, Go Export

Socialization and Education "Go Green and Go Export" for UMKM in Lampung and Sabah Malaysia

Abstract: This service aims to educate and train Indonesian UMKM and Malaysian UMKM, especially Bandar Lampung MSMEs and Sabah Malaysia MSMEs so that they can penetrate the international market, and with the green industry concept it is hoped that it can increase the quality and trust in UMKM products. The service method that will be carried out is in the form of training and workshops on the application of the go green concept, and product export procedures to the global market with participants or internal partners of Bandar Lampung MSMEs totaling 20 UMKM and 15 Sabah UMKM, while its external partner is an Exporter of CV. Panda chips who have experience in exporting to several countries. This community service activity is carried out through three stages including preparation, training stage, and activity monitoring and evaluation stages. The results showed that there was an increase in participants' knowledge before and after treatment. The average score for the pre-test was 57.00, while the average score for the post-test was 76.00. There was an increase in participants' knowledge of 6.6%. Thus, this activity can increase the participants' knowledge, as well as have a positive impact on the sustainability and progress of MSME products, especially the Bandar Lampung Indonesian MSME, and Sabah Malaysia MSME.

Keywords: Bandar Lampung UMKM, Sabah Malaysia UMKM, Go Green, Go Export.

How to Cite: Nairobi, N., Hendrawaty, E., Nurdiono, N., Komalasari, A., & Suningsih, S. (2023). Sosialisasi dan Edukasi "Go Green and Go Export" bagi UMKM Lampung dan Sabah Malaysia . *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(3), 562–574. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i3.1320>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i3.1320>

Copyright©2023 , Nairobi et al

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) License.



PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, demikian pula di daerah Bandar Lampung. Diketahui saat ini terdapat 68.938 UMKM di Bandar Lampung, dengan pertumbuhan UMKM tersebut, serta persaingan industri yang cukup pesat, perlu beberapa alternative guna meningkatkan daya saing, salah satunya yaitu penerapan konsep *go green dan go ekspor*. Banyak UMKM yang belum mempertimbangkan potensi ekspor dikarenakan banyak faktor. Penjualan digital menjadi salah satu jembatan bagi para pelaku UMKM dalam mencapai pasar internasional. UMKM di Indonesia didominasi oleh UMK (Tambunan, 2019)

Dalam mencapai potensi ekspor tersebut, berbagai upaya dilakukan oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing mulai dari peningkatan kualitas barang produksi termasuk dengan penerapan industri hijau.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia/ Menperin menjelaskan, industri hijau merupakan perusahaan manufaktur yang dalam proses produksinya mengutamakan upaya efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya secara berkelanjutan sejalan dengan program Making Indonesia 4.0. Prinsip ini diyakini akan mampu menyelaraskan pembangunan industri dengan kelestarian fungsi lingkungan hidup serta dapat memberi manfaat bagi masyarakat.

Undang-Undang No 3 tahun 2014 menjelaskan bahwa industri hijau adalah industri yang dalam proses produksinya mengutamakan upaya efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya secara berkelanjutan sehingga mampu menyelaraskan pembangunan Industri dengan kelestarian fungsi lingkungan hidup serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Sertifikat Industri Hijau merupakan bukti kesiapan perusahaan industri untuk berpartisipasi pada Perdagangan Karbon di tahun 2025.

Green product ialah produk yang tidak menyebabkan kerusakan lingkungan, serta tidak menimbulkan polusi. (Firmansyah, 2019)

Green product adalah produk yang tidak mengandung unsur yang berbahaya saat dikonsumsi, dan produk yang dapat membantu melestarikan lingkungan, dan suatu produk tanpa menghasilkan sebuah polusi. (Rahnama, H., & Rajabpour, 2016)

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Kementerian Perdagangan Ari Satria pada website koperasi kulonprogokab menjabarkan empat langkah yang harus ditempuh pelaku usaha agar dapat mengeksport produknya antara lain persiapan administrasi, legalitas sebagai eksportir, persiapan produk ekspor, dan persiapan operasional.

Persiapan Administrasi; Sebagai badan usaha yang akan melakukan bisnis internasional tentunya harus mempunyai kantor yang bersifat permanen atau memiliki kontrak dalam jangka waktu panjang, beserta perlengkapan dan peralatan pendukung lainnya.

Selain itu, pelaku usaha juga harus mempunyai jaringan komunikasi dan tenaga operasional yang dapat berkomunikasi dalam Bahasa Inggris, serta menyiapkan company profile sebagai bahan informasi dan promosi kepada calon pembeli.

Legalitas sebagai Eksportir, Kemudian, calon eksportir juga harus mempersiapkan legalitas yang dibutuhkan untuk mengeksport produknya.

Beberapa persyaratan yang harus dipersiapkan di antaranya, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), serta dokumen lain yang dipersyaratkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Setelah persyaratan di atas dipenuhi, pelaku usaha juga harus menyiapkan dokumen lainnya seperti kontrak penjualan, faktur perdagangan, Letter of Credit (L/C), Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), Bill of Lading (B/L), polis asuransi, packing list, Surat Keterangan Asal, surat pernyataan mutu, dan wessel export untuk eksportir.

Persiapan Produk Ekspor; Sambil persyaratan di atas dilengkapi, pelaku usaha sebelumnya harus dapat mengetahui ketentuan persyaratan internasional atau ketentuan permintaan pasar luar negeri, misalnya kuantitas, kualitas, pengemasan, pelabelan, penadanaan dan waktu pengiriman.

"Pelaku usaha juga harus mengkalkulasi biaya-biaya yang diperlukan mulai dari ongkos produksi hingga pemasaran, sehingga bisa menetapkan harga jual produk," katanya. Selain itu, pelaku usaha juga harus bisa memastikan produksi yang kontinyu, sehingga tidak akan kelimpungan saat mendapatkan pesanan dalam jumlah yang besar.

Persiapan Operasional; Di sisi lain, pelaku usaha juga harus memperhatikan hal operasional lainnya, seperti proses ekspor, prosedur dan dokumen ekspor. Serta mulai mengenali kebijakan dan peraturan ekspor-impor, serta strategi ekspor.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah NO. 86 Tahun 2019 tentang Keamanan Pangan menyatakan sebagai berikut: "Setiap orang yang melakukan produksi pangan dalam kemasan wajib menggunakan bahan kemasan pangan yang tidak membahayakan kesehatan manusia dan bahan kontak pangan yang bersentuhan langsung dengan pangan wajib menggunakan zat kontak pangan yang aman dan memenuhi persyaratan batas migrasi.

Produk hijau perlu beralih ke teknologi bersih dan mencegah polusi atau pencemaran produk yang dapat berdampak pada kesehatan manusia. (De Bakker FGA, Fisser OAM, 2002)

pangsa pasar dan daya saing komoditas ekspor Indonesia juga ditentukan oleh ecolabel. (Ismail, 2008)

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia mencatat bahwa saat ini tren pasar global makin mengarah pada produk ramah lingkungan. Hal ini menjadi peluang yang harus dimanfaatkan oleh UMKM. UU Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian menyatakan penerapan industri hijau merupakan salah satu tujuan pembangunan industri. Green industry dimulai dari pengadaan serta penggunaan bahan produksi yang ramah lingkungan, dan pemanfaatan teknologi ramah lingkungan pada proses produksi, dan penanganan limbah yang baik.

Penerapan green product sejalan dengan fokus masyarakat saat ini yang menekankan kesehatan suatu produk. Maka penggunaan kemasan yang ramah lingkungan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman, serta produk lainnya.

Dengan menerapkan konsep industri hijau yang mengedepankan kesehatan makanan dan kelestarian lingkungan, kepercayaan konsumen

terhadap suatu produk diharapkan dapat meningkat. Dimana masyarakat sudah lebih sadar dan bijak memilih produk yang ramah lingkungan. Selain itu, diharapkan pula dapat meningkatkan rasa percaya diri pelaku usaha untuk memasarkan produknya di pasar global.

Keberadaan UMKM semakin variatif mulai dari industri makanan seperti makanan cemilan atau snack, olahan minuman herbal, gula arena atau gula semut, kopi lampung, sampai dengan produk pakaian seperti tapis sulam lampung, dan industri lainnya. Menyadari potensi tersebut, kegiatan ini bermaksud mengedukasi pelaku UMKM terkait pentingnya penggunaan kemasan yang ramah lingkungan sebagai salah modal untuk menghasilkan produk yang berkualitas untuk dipasarkan di dalam maupun di ekspor ke lintas negara, serta lebih mengembangkan UMKM di Bandar Lampung menjadi UMKM yang menerapkan konsep industri hijau dan siap ekspor.

Mengetahui potensi dan pangsa pasar produk ekspor sangat besar dan luas, baik dari sisi keragaman produk & komoditas, kreativitas dan kualitas, dan dari jumlah volume serta tujuan negara ekspor, produk dan komoditas dari Indonesia sangat diminati oleh pasar global. Serta berdasarkan analisis masalah yang telah dikemukakan diatas, beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM di Bandar Lampung dan UMKM di Sabah Malaysia dalam menjalankan usaha nya antara lain minim nya pengetahuan para pelaku UMKM terkait cara atau mekanisme memulai ekspor produk UMKM, masih rendahnya kepercayaan diri UMKM terhadap produk nya, banyaknya anggapan bahwa kegiatan ekspor merumitkan dimana keseharian mereka hanya fokus menjual produk nya di lingkungan sekitar nya.

Berdasarkan permasalahan mitra, kegiatan ini berupaya meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM terkait pentingnya menerapkan konsep industri hijau (go green) dalam meningkatkan daya saing, melatih pelaku UMKM untuk dapat memulai memasarkan produk nya di pasar global (go exsport). Selain itu, diberikan pula tips dan trik agar produk-produk mereka dapat dilirik oleh konsumen lintas negara.

Iskandar (2023) melakukan pelatihan Export dengan melibatkan mitra UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN. Melalui pelatihan tersebut, peserta memiliki wawasan yang lebih baik tentang ekspor dan dapat menerapkan dalam bisnis mereka.

SDM unggul dapat diperoleh melalui peningkatan sumber daya manusia dengan kualitas pendidikan yang baik secara formal maupun informal. (Dalimunthe et al., 2022)

Rangsangan ekspor dari 385 UKM Indonesia pada berbagai tahap ekspor (pra-ekspor dan mengekspor) dan jalur internasionalisasi yang berbeda (eksportir yang didirikan di dalam negeri dan lahir-global UKM). Tiga jenis rangsangan ekspor secara konsisten diidentifikasi sebagai yang paling penting di semua sub-sampel; kehadiran pembeli asing, kepercayaan pada produk dan aspirasi untuk mencari pasar alternatif. (Revindo & Gan, 2017)

Demi memacu produktivitas halal di kancah internasional, UMKM halal berbasis syariah mendapatkan perhatian pemerintah dalam kegiatannya menuju go international. (Lukitawati & Aishah, 2023)

Bantuan Produktif Usaha Mikro memberikan stimulus yang efektif dalam meningkatkan dan memperkuat kelembagaan UMKM di tengah

permasalahan yang dihadapi seperti pandemi Covid-19 dan permasalahan UMKM sebelumnya. (Amalia et al., 2022)

Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM Indonesia seperti permasalahan manajemen bisnis seperti pemasaran aspek dan pembuatan laporan keuangan yang masih sederhana dan kemampuan Sumber Daya Manusia yang masih rendah karena tingkat pendidikan yang masih rendah. (Dinanti et al., 2018) Merujuk pada hasil beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berkaitan dengan export UMKM serta beberapa hambatan yang dihadapi UMKM Indonesia, tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Lampung bermaksud menjembatani pelaku UMKM Bandar Lampung dan UMKM Sabah Malaysia agar dapat menerapkan industri hijau dan bersiap ekspor, serta meningkatkan pangsa pasar dan daya saing produk bagi UMKM. Bagi pemerintah daerah, kegiatan ini bermanfaat dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi di wilayah Lampung disumbang oleh tumbuhnya usaha UMKM sektor produk makanan dan minuman, dan produk kerajinan tangan khususnya industri hijau. Kegiatan ini bertujuan mengedukasi dan melatih UMKM Indonesia dan UMKM Malaysia khususnya UMKM Bandar Lampung dan UMKM Sabah Malaysia agar dapat menembus pasar internasional, serta dengan konsep industri hijau UMKM dapat meningkatkan kualitas dan kepercayaan akan produknya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini ialah berupa pelatihan dan workshop penerapan konsep go green, dan prosedur ekspor produk ke pasar global. Peserta atau mitra internal dalam kegiatan ini yaitu UMKM Bandar Lampung berjumlah 20 UMKM dan 15 UMKM Sabah Malaysia. Pemateri dalam kegiatan ini berasal dari tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, dan bekerja sama dengan mitra eksternal yang merupakan Exportir CV. Keripik Panda yang telah sukses dan berpengalaman melakukan praktik export ke beberapa negara.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan beberapa tahapan antara lain sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan, Dalam tahapan ini yaitu persiapan pelaksanaan, tim melakukan koordinasi dengan UMKM dan masyarakat setempat selaku mitra internal mengenai rencana kegiatan yang akan terlaksana, kemudian tim juga berkoordinasi dengan mitra eksternal yang akan mendukung kegiatan ini antara lain dengan memberikan materi pelatihan. Tim juga mempersiapkan materi dan administrasi kegiatan pengabdian.
2. Tahap Pelaksanaan, Pada tahap pelaksanaan, tim dan narasumber memberikan penyuluhan kepada masyarakat terkait bagaimana menjalankan konsep *go green dan go export* bagi para pelaku usaha bisnis
3. Tahap Umpan Balik, Pada tahap umpan balik, peserta kegiatan diberikan soal pre-test dan post-test guna mengukur tingkat pemahaman peserta pelatihan terkait materi yang diberikan.
4. Tahap Akhir/Penutup, Pada tahapan akhir/penutup, tim membuat laporan kegiatan/pelaporan serta luaran hasil kegiatan.

Prosedur kegiatan dalam melakukan serangkaian metode kegiatan adalah sebagai berikut;

1. Observasi; Penelusuran hasil penelitian terkait dan juga melakukan wawancara kepada pelaku UMKM di Bandar Lampung.
2. Koordinasi; Membuat surat izin pelaksanaan kegiatan dan berkoordinasi dengan pemilik UMKM untuk melaksanakan kegiatan.
3. Persiapan; tim penyusunan materi dan mempersiapkan kebutuhan untuk acara kegiatan pelatihan dan pendampingan agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan tepat sasaran.
4. Sosialisasi/edukasi; Memberikan edukasi kepada UMKM akan pentingnya bagaimana prosedur atau tatacara melakukan export produuk ke luar negara.
5. Pelatihan dan pendampingan; Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dalam menggunakan produk yang ramah lingkungan.
6. Evaluasi kegiatan; Memastikan peserta untuk dapat melakukan revisi produk yang dinilai kurang laku dipasaran sehingga menimbulkan tingkat keyakinan akan produk yang akan dipasarkan, mulai memasarkan produk ke luar negeri secara online. Kegiatan evaluasi dilakukan secara beskesinambungan baik dalam bentuk diskusi langsung maupun tidak langsung.

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pihak-Pihak yang Terlibat

No	Pihak yang Terlibat	Peran
1	Tim Pengabdian FEB UNILA	Tim pengabdian Universitas Lampung terdiri dari empat orang untuk melakukan pelatihan pemanfaatan fintech bagi UMKM di Bandar Lampung
2	UMKM kota Bandar Lampung	Para pelaku usaha yang terlibat dalam pelatihan ini (offline)
3	UMKM Sabah Malaysia	Peserta kegiatan via zoom meeting
4	Exportir Keripik Panda	Exportir CV. Keripik Panda yang di ketuai oleh Bpk. Dimas Febri merupakan pihak yang dilibatkan dalam memberikan materi pelatihan bagaimana UMKM Bandar Lampung memulai proses export produk ke pasar global.
5	Universitas Teknologi MARA (UiTM)	Prof. Ts. Dr. Imbarine Bujang, ASDK, ADK. merupakan professor di Universitas Teknologi MARA (UiTM) yang memberikan

materi terkait the social enterprise

Setelah tahapan pelaksanaan, tim melakukan evaluasi program kegiatan pengabdian antara lain evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses dilakukan pada saat kegiatan berlangsung, dimana tim pelaksana melakukan prosedur dengan baik dan melihat antusiasme peserta dalam mengikuti setiap pelaksanaan kegiatan. Kemudian, dilakukan diskusi dan tanya jawab kepada peserta untuk memastikan apakah peserta telah memahami materi yang disampaikan.

Table 2. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Waktu	Kegiatan
08.00-08.30	Registrasi Peserta
08.30-08.45	Pembukaan dan Sambutan Ketua Tim Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
08.45-09.00	Pre-Test
09.00-09.45	Penyampaian materi "Pentingnya aspek lingkungan dan Sosial Bagi Keberlangsungan UMKM" oleh Prof. Ts. Dr. Imbarine Bujang, ASDK, ADK. (UiTM Sabah)
09.45-12.00	Penyampaian materi "Materi: UMKM Go Export" oleh Bpk Dimas FH (Business Owner Panda Alami)
12.00-13.00	Isoma
13.15-15.45	Penyampaian materi "Penganggaran UMKM" oleh Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si. (Tim Pengabdian)
15.45-16.15	Diskusi dan Tanya Jawab
16.45-17.15	Post-Test
17.30-17.45	Wrap up dan Penutup

Kegiatan Pelatihan bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Kamis, 23 Februari 2023. Evaluasi kegiatan juga dilakukan setiap bulannya selama proses pendampingan berlangsung maupun setelah kegiatan pelatihan (melalui offline dan online). Hal tersebut dilakukan guna memantau perkembangan UMKM yang dibina.

Kondisi mitra UMKM saat ini serta solusi yang ditawarkan kepada mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut;

Table 3. Kondisi/Permasalahan mitra dan Solusi

Permasalahan mitra dan Solusi yang ditawarkan	Luaran yang dihasilkan, Keterukuran/Indikator Capaian
Permasalahan mitra	1. Penerapan industri hijau dalam produksi UMKM.
1. Masih minimnya pengetahuan mitra terkait industri hijau dalam pengembangan usaha.	2. Produk/ Packaging eco-friendly
Solusi yang ditawarkan	
1. Memberikan pelatihan serta pendampingan terkait penerapan industri hijau dalam proses produksi dan pengembangan usaha	

Permasalahan mitra	1. Mempersiapkan produk unggul yang akan di export, dan merevisi produk yang dinilai kurang laku agar menjadi produk unggul
2. Minimnya pengetahuan mitra terkait export produk ke luar negeri	2. Go Export
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan terkait mekanisme UMKM untuk tembus export	
Permasalahan mitra	1. Menyusun anggaran yang baik dan benar untuk mencegah pemborosan
3. Minimnya pengetahuan mitra terkait penganggaran UMKM	2. Laporan anggaran keuangan yang baik dan benar
Solusi yang ditawarkan	
3. Memberikan informasi dan edukasi bagaimana penyusunan anggaran penjualan dan produksi UMKM yang baik dalam menjalankan operasional usaha.	

HASIL DAN DISKUSI

Adapun tahapan awal yang dilakukan oleh tim pengabdian antara lain kegiatan persiapan yang terdiri dari koordinasi dengan pihak terkait, setelah itu tim melakukan identifikasi peserta kegiatan. Peserta pelatihan terdiri dari 35 UMKM di Bandar Lampung dan Sabah Malaysia yang telah memiliki produk unggulan yang siap dipasarkan ke pasar global, setelah itu tim mempersiapkan administrasi pelaksanaan kegiatan seperti materi pelatihan, daftar hadir peserta pelatihan, dan sebagainya. Kegiatan ini berlangsung pada satu minggu sebelum berlangsungnya kegiatan pelatihan yakni tanggal 16 Februari 2023.

Tahapan kedua yaitu kegiatan inti yaitu kegiatan pelatihan penerapan konsep go green, dan bersiap eksport produk ke pasar global bagi UMKM di Bandar Lampung dan UMKM Sabah Malaysia, rangkaian kegiatan dibuka oleh sambutan dekan FEB Unila, ketua kegiatan, tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, dan mitra external.

Materi pertama tentang social enterprise yang disampaikan oleh Prof. Ts. Dr. Imbarine Bujang, ASDK, ADK dari Universitas Teknologi MARA (UiTM).



Gambar 1. Materi Social Enterprise

Dalam sesi ini, narasumber memberikan pengetahuan terkait pentingnya aspek lingkungan dan social bagi keberlangsungan UMKM.

Materi pelatihan kedua yaitu tentang UMKM go export disampaikan oleh Exportir CV. Keripik Panda Bpk. Dimas Febri yang telah berpengalaman melakukan kegiatan export produk ke beberapa negara dengan produk andalan nya yaitu aneka keripik khas Lampung.



Gambar 2. Materi Export Produk

Beberapa hal yang disampaikan oleh narasumber terkait bagaimana cara memulai ekspor produk ke pasar global antara lain dengan melakukan riset, mengetahui cara ekspor (langung/tidak langsung), memanfaatkan fasilitas pelatihan ekspor (offline/online), memanfaatkan media internet

untuk belajar, mengetahui regulasi negara tujuan, dan memiliki niat & komitmen yang besar.

Kemudian, diberikan materi tambahan pada sesi terakhir, yaitu terkait penganggaran UMKM yang disampaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dalam hal ini diwakili oleh Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si.

Format anggaran dapat dibuat beragam, disesuaikan dengan keperluan, misalnya pada anggaran penjualan berikut ini.

FORMAT 2: Anggaran Penjualan Dalam Unit

JENIS KECAP	TRIWULAN								TOTAL SETAHUN
	I		II		III		IV		
	BJM	MTP	BJM	MTP	BJM	MTP	BJM	MTP	
Sedang	2,000	1,000	2,000	1,000	3,000	1,500	1,000	500	12,000
	3,000		3,000		4,500		1,500		
Manis	4,000	2,000	6,000	3,000	4,000	2,000	2,000	1,000	24,000
	6,000		9,000		6,000		3,000		
Asin	3,000	1,500	3,000	1,500	2,000	1,000	4,000	2,000	18,000
	4,500		4,500		3,000		6,000		
Total 1	9,000	4,500	11,000	5,500	9,000	4,500	7,000	3,500	54,000
Total 2	13,500	16,500	13,500	10,500					

By Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.S.

Anggaran penjualan dalam unit dibuat berdasarkan perbandingan BJM (Banjarmasin) 2 berbanding MTP (Martapura) 1. Misalnya anggaran penjualan kecap sedang triwulan I tahun 2022 sebanyak 3.000 botol, berarti untuk BJM (Banjarmasin) $2/3 \times 3.000 = 2.000$ botol dan untuk MTP (Martapura) $1/3 \times 3.000 = 1.000$ botol.

FORMAT 3 ANGGARAN PENJUALAN (Rupiah)

DAERAH & JENIS KECAP	TRIWULAN				TOTAL SETAHUN
	I	II	III	IV	
1. Banjarmasin	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp
Sedang	1,000,000	1,000,000	1,500,000	500,000	4,000,000
Manis	2,400,000	3,600,000	2,400,000	1,200,000	9,600,000
Asin	1,500,000	1,500,000	1,000,000	2,000,000	6,000,000
Jumlah 1	4,900,000	6,100,000	4,900,000	3,700,000	19,600,000
2. Martapura					
Sedang	600,000	600,000	900,000	300,000	2,400,000
Manis	1,500,000	2,250,000	1,500,000	750,000	6,000,000
Asin	900,000	900,000	600,000	1,200,000	3,600,000
Jumlah 2	3,000,000	3,750,000	3,000,000	2,250,000	12,000,000
Jumlah 1 & 2	7,900,000	9,850,000	7,900,000	5,950,000	31,600,000

By Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.S.

ANGGARAN PRODUKSI

PRODUKSI = PENJUALAN + PERSEDIAAN AKHIR - PERSEDIAAN AWAL

Triwulan	Jenis Kecap			TOTAL
	Sedang	Manis	Asin	
I	$3,000 + 125 - 100 = 3,025$	$6,000 + 125 - 125 = 6,000$	$4,500 + 100 - 100 = 4,500$	13,525
II	$3,000 + 120 - 125 = 2,995$	$9,000 + 100 - 125 = 8,975$	$4,500 + 120 - 100 = 4,520$	16,490
III	$4,500 + 110 - 120 = 4,490$	$6,000 + 120 - 100 = 6,020$	$3,000 + 120 - 120 = 3,000$	13,510
IV	$1,500 + 120 - 110 = 1,510$	$3,000 + 110 - 120 = 2,990$	$6,000 + 110 - 120 = 5,990$	10,490
Jumlah	12,020	23,985	18,010	54,015

By Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.S.

Contoh Soal 2

PT Imma merupakan perusahaan industry dan pada tahun 2022 ingin menyusun anggaran operasional yang dibuat selama satu tahun dengan data sebagai berikut.

Rencana Penjualan

Daerah A: Produk X = 208,000 unit
Produk Y = 111,600 unit + 319,600 unit

Daerah B: Produk X = 320,000 unit
Produk Y = 168,400 unit + 488,400 unit

Rencana penjualan tahun 2020 = 808,000 unit

Gambar 3. Materi Penganggaran UMKM

Pada sesi materi ke 3 yaitu penganggaran UMKM, disampaikan materi terkait bagaimana membuat atau menyusun anggaran operasional yang efektif, diberikan pula bentuk atau format-format anggaran penjualan, serta diberikan pemecahan masalah melalui contoh soal.

Setelah keseleruhan materi selesai disampaikan oleh ketiga narasumber, panitia membuka sesi diskusi dan tanya jawab terkait permasalahan dilapangan yang UMKM hadapi dan diberikan solusi atas permasalahan tersebut.



Gambar 4. Pelatihan dan Diskusi

Antusiasme peserta dapat terlihat pada saat tanya jawab dan diskusi, beberapa permasalahan yang diajukan antara lain seperti bagaimana memasarkan produk dengan strategi pemasaran yang baik,

Tidak hanya berdiskusi langsung pada saat berlangsungnya sesi pelatihan, peserta pelatihan berkonsultasi melalui offline atau group WhatsApp Bersama dengan pemateri. Setelah seluruh proses pelatihan, tim melakukan pelaporan hasil kegiatan.

Hasil menunjukkan bahwa pada sesi pertama yang terkait pentingnya aspek lingkungan dan sosial bagi keberlangsungan UMKM, peserta mengalami hambatan dalam berbagai hal antara lain; kesulitan dan keterbatasan memanfaatkan limbah dari produk agar menjadi ramah lingkungan, dan packaging produk yang belum eco-friendly

Pada materi kedua yang terkait dengan export product, hambatan yang diungkapkan peserta adalah sebagai berikut; belum familiar terhadap aplikasi online karena selama ini beberapa pelaku UMKM masih menjajakan produknya secara tradisional, dan UMKM belum mengetahui cara export produk ke luar negeri.

Pada materi ketiga terkait penganggaran UMKM, hambatan yang dialami beberapa UMKM yaitu; selama ini, pencatatan pemasukan dan pengeluaran belum terdokumentasi dan tercatat dengan baik dan benar.

Evaluasi kegiatan dilakukan dua tahap yaitu dengan melaksanakan pre-test yang dilakukan sebelum kegiatan pelatihan berlangsung, dan post-test yang dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai dilakukan. Adapun hasil perolehan nilai rata-rata pre-test dan post-test peserta pelatihan dapat dilihat pada table berikut;

Table. Hasil Uji Pengetahuan Go Green dan Go Export

Peserta	Nilai rata-rata pre-test	Nilai rata-rata post-test
35	57.00	76.00

Dari hasil uji pemahaman materi terkait pentingnya penerapan industri hijau, dan mengexport produk UMKM, hasil menunjukkan bahwa, terdapat peningkatan pengetahuan peserta sebesar 6.6%. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan dan kemajuan produk UMKM khusus nya UMKM Bandar Lampung Indonesia, dan UMKM Sabah Malaysia.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam 3 tahapan yaitu tahap persiapan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan. Pelaksanaan kegiatan berlokasi di Gedung Students' Center FEB Unila. Tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung menyimpulkan bahwa seluruh kegiatan pelatihan dan pembinaan terlaksana dengan baik yang dapat dilihat dari banyaknya peserta yang antusias dan aktif dalam memberikan pertanyaan, dan berdiskusi bersama pemateri. Dengan adanya kegiatan ini, UMKM menjadi semakin yakin untuk mengexport produknya ke beberapa negara, dan semakin sadar akan pentingnya industri hijau dalam menjalankan bisnis nya. Dengan demikian, tim menyimpulkan bahwa, kegiatan ini sangat bermanfaat dan berkontribusi atas kelangsungan usaha para pelaku baik UMKM di Bandar Lampung, dan Sabah Malaysia.

REKOMENDASI

Hasil pelatihan dan pembinaan yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa aktivitas berikutnya perlu dilakukan antara lain keberlanjutan program pelatihan dan pembinaan perlu dilaksanakan untuk menguatkan pengetahuan dan motivasi para pelaku usaha khususnya UMKM di Bandar Lampung, dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

ACKNOWLEDGMENT

Ucapan terima kasih terutama kami tujukan kepada Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sebagai pemberi dana pengabdian. Ucapan terima kasih juga kami disampaikan kepada semua pihak-pihak yang membantu pelaksanaan pengabdian.

REFERENCES

- Amalia, S., Maria, S., & Lestari, D. (2022). *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi as an Effort to Grow a Sustainable Economy*. 13(3), 203–216.
- Dalimunthe, R. F., Sitohang, A. M. D., Aisyah, Darmilisani, & Sibarani, M. L. (2022). Strengthening UMKM Human Resources Towards Internationalization. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(5), 789–800. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i5.521>
- De Bakker FGA, Fisser OAM, B. A. (2002). *Organizing product-oriented environmental management from a firm's perspective*. *Journal of Cleaner Production* 10 (5): 455–464.

- <https://research.utwente.nl/en/publications/organizing-product-oriented-environmental-management-from-a-firms>
- Dinanti, A., Wuriasih, D. N., Anggraini, R., Naufalin, L. R., & Nugraha, G. A. (2018). Analysis the Effect of Education on UMKM Performance. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 8(September), 1–9.
- Firmansyah. (2019). *Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen Generasi Z*. 15(1), 57–70.
- Ismail. (2008). <https://catalogue.nla.gov.au/catalog/4982840>
- Lukitawati, B., & Aishah, R. (2023). *Strategy for the promotion of UMKM Halal go international (Study on UMKM halal products and Indonesian Muslim fashion)*. <https://doi.org/10.4108/eai.19-10-2022.2331879>
- Rahnama, H., & Rajabpour, S. (2016). [5981a752e6bbaadacdf0de719cc38bf4fabf4dae](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27761861/) @pubmed.ncbi.nlm.nih.gov. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27761861/>
- Revindo, M. D., & Gan, C. (2017). Export Stimuli, Export Stages and Internationalization Pathways: The Case of Indonesian SMEs. *Economics and Finance in Indonesia*, 62(3), 191. <https://doi.org/10.7454/efi.v62i3.557>
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>