

## **ANALISIS KENDALA DAN SOLUSI DALAM PENGEMBANGAN EKSPOR PRODUK UMKM DI KOTA PALOPO**

**Nur Harmiyati<sup>1</sup>, Arianto Dangkeng<sup>2</sup>, Hardianti Pertiwi<sup>3</sup>**

Universitas Mega Buana Palopo

e-mail: [nrmiyamiya@gmail.com](mailto:nrmiyamiya@gmail.com)<sup>1</sup>, [ariantodangkeng@umegabuana.ac.id](mailto:ariantodangkeng@umegabuana.ac.id)<sup>2</sup>,

[hardiantipertiwi.hp@gmajl.com](mailto:hardiantipertiwi.hp@gmajl.com)<sup>3</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai kendala serta solusi yang dilakukan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan ekspor produk di Kota Palopo. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan modal, peralatan produksi sederhana, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta minimnya pengetahuan terkait prosedur ekspor. Selain itu, faktor eksternal seperti kurangnya informasi dan pendampingan dari pemerintah, keterbatasan akses pasar internasional, dan tingginya biaya logistik turut menjadi hambatan signifikan. Meski demikian, pelaku UMKM berusaha mengatasi tantangan ini dengan mengikuti pelatihan, memperbaiki kualitas kemasan, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta menjalin kerja sama dengan pihak ketiga. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan institusi keuangan dinilai memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan ekspor, meskipun implementasi program dinilai belum merata dan kurang optimal. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antar pemangku kepentingan secara berkelanjutan agar UMKM Kota Palopo mampu memperluas pasar hingga ke tingkat internasional.

**Kata Kunci:** Umkm, Ekspor, Kendala, Solusi, Palopo.

***Abstract** – This study aims to analyze the various constraints and solutions implemented by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in developing product exports in Palopo City. The method used was in-depth interviews with MSME actors from various business sectors. The results show that the main internal obstacles faced by MSMEs include limited capital, simple production equipment, low human resource quality, and lack of knowledge regarding export procedures. External factors such as lack of information and guidance from the government, limited access to international markets, and high logistics costs also pose significant challenges. Nevertheless, MSMEs strive to overcome these obstacles by participating in training programs, improving product packaging quality, utilizing social media for promotion, and collaborating with third parties. Local government, educational institutions, and financial agencies are considered to have an important role in supporting export development, although the implementation of such programs is still uneven and suboptimal. Therefore, sustainable synergy among stakeholders is needed to help MSMEs in Palopo expand their market reach to the international level.*

**Keywords:** Msmes, Export, Constraints, Solutions, Palopo.

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, di tengah potensi besar tersebut, UMKM di berbagai daerah masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangannya, terutama dalam aspek ekspor. Kota Palopo, sebagai salah satu pusat ekonomi di Sulawesi Selatan, memiliki berbagai produk unggulan yang berpotensi untuk menembus pasar global. Namun, ekspor produk UMKM di kota ini masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diidentifikasi dan diatasi. Menurut penelitian Agusta (2014), ketidaksetaraan ekonomi di Indonesia masih menjadi isu utama yang berdampak pada perkembangan UMKM. Kesenjangan dalam akses terhadap sumber daya dan pasar internasional menjadi salah satu faktor penghambat utama ekspor produk UMKM. Riset Ananda (2020) juga menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan angka kemiskinan secara nasional, banyak pelaku UMKM di daerah masih mengalami keterbatasan dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam menghadapi tantangan ekspor.

Pemerintah Indonesia telah berupaya mendorong pengembangan UMKM sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam Rencana

Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia menekankan pentingnya peran UMKM dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Salah satu strategi utama adalah memperkuat daya saing UMKM di pasar global dengan meningkatkan akses terhadap modal, teknologi, dan jaringan distribusi internasional (OECD, 2017). Namun, UMKM di Kota Palopo masih menghadapi berbagai hambatan dalam pengembangan ekspor. Hambatan tersebut mencakup keterbatasan dalam akses permodalan, kurangnya pemahaman terhadap standar kualitas internasional, kendala dalam distribusi dan logistik, serta keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran global. Penelitian oleh Aliyah (2022), Hidayat & Latifah (2022), serta Sofyan (2017) menegaskan bahwa UMKM memerlukan strategi yang lebih terfokus untuk mengatasi kendala-kendala tersebut agar dapat bersaing di pasar internasional. Peran strategis UMKM dalam perekonomian, khususnya di Kota Palopo, yang memiliki potensi besar dalam sektor industri kreatif, pertanian, dan kerajinan lokal. Meskipun UMKM di Palopo memiliki produk yang berdaya saing, kontribusi mereka terhadap ekspor masih tergolong rendah. Berbagai kendala dihadapi dalam upaya ekspansi ke pasar internasional, seperti keterbatasan akses informasi dan pasar, rendahnya pemahaman terhadap standar internasional, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Selain itu, regulasi ekspor yang kompleks serta keterbatasan infrastruktur dan permodalan juga menjadi faktor penghambat utama. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi UMKM di Kota Palopo dalam ekspor produk mereka serta merumuskan solusi yang efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar global.

Melaksanakan bisnis internasional atau pasar global tentu saja akan lebih banyak memiliki hambatan ketimbang di pasar domestik. Negara lain tentu saja akan memiliki berbagai kepentingan yang sering kali menghambat terlaksananya transaksi bisnis internasional. Disamping itu kebiasaan atau budaya Negara lain tentu saja akan berbeda dengan negeri sendiri. Pengertian Budaya Secara terminologi, budaya adalah keseluruhan kepercayaan, aturan, teknik, kelembagaan dan artefak buatan manusia yang mencirikan populasi manusia. Jadi budaya dapat diartikan yaitu budaya terdiri atas pola-pola yang dipelajari mengenai perilaku umum bagi anggota dari masyarakat tertentu yaitu gaya hidup yang unik dari suatu kelompok atau orang tertentu. Kebudayaan adalah Kumpulan nilai, kepercayaan, perilaku, kebiasaan, dan sikap yang membedakam suatu masyarakat dari yang lainnya. Kebudayaan suatu masyarakat menentukan ketentuan - ketentuan yang mengatur bagaimana perusahaan dijalankan dalam masyarakat tersebut. Dalam perdagangan internasional atau perdagangan bebas, suatu kebijakan dari pihak pemerintah perlu diberlakukan untuk tercapainya suatu pertumbuhan ekonomi dan stabilitas yang selalu berarah positif, disini adabebberapa kebijakan dari pemerintah dalam perdagangan international atau perdagangan bebas.

Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai kendala dan solusi dalam pengembangan ekspor produk UMKM di Kota Palopo. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penghambat utama, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah dan pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. Dengan memahami hambatan dan peluang yang ada, diharapkan UMKM di Kota Palopo dapat berkontribusi lebih besar dalam perekonomian nasional dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Dari pemasalahan tersebut peneliti mengangkat judul penelitian “Analisis Kendala dan Solusi Dalam Pengembangan Ekspor Produk UMKM di Kota Palopo” semoga dengan penelitian ini dapat memberi manfaat kepada kita semua.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

- Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif, dan mencakup analisis mendalam tentang "Analisis Kendala dan Solusi Dalam Pengembangan Ekspor Produk UMKM". Penulis penelitian ini memakai metodologi studi kasus bersama dengan bentuk deskriptif kualitatif. Chawa dkk. Mengutip Creswell (2013), studi kasus diartikan sebagai penelitian kualitatif yang menyelidiki situasi dunia nyata, baik terdiri dari satu atau lebih kasus kontemporer dari waktu ke waktu. Berdasarkan definisi tersebut, metode studi kasus bertujuan untuk mengkaji kasus-kasus yang terjadi di masyarakat dan menjelaskan strukturnya. Melalui penelitian ini, peneliti mampu mengungkap akar permasalahan dan dampak sosial yang ditimbulkan serta memberikan solusi untuk mengatasinya. (zaluchu, 2021).
- Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mempelajari keadaan benda alam, dan peneliti sebagai instrumen utamanya. Menurut Nazir (2014), penelitian deskriptif menyelidiki sekelompok orang, objek, kondisi, sistem pemikiran, atau peristiwa terkini dengan tujuan untuk menciptakan gambaran yang sistematis, akurat secara faktual mengenai fakta yang diselidiki. (destiani putri utami, 2021). Terdapat beberapa tahapan dalam penelitian ini yaitu: Tahap Pra Lapangan, Tahap Pekerjaan Lapangan, dan Tahap Pasca Lapangan.

### **Populasi dan Sampel**

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan dan fokus penelitian. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bersifat kualitatif dan membutuhkan informan yang benar-benar memahami dinamika dan permasalahan UMKM, khususnya dalam konteks pemanfaatan bantuan pemerintah dan potensi ekspor. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah lima pelaku UMKM yang berada di wilayah Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Meskipun jumlah responden relatif sedikit, hal ini dapat diterima dalam penelitian kualitatif karena yang ditekankan bukan pada jumlah, tetapi pada kedalaman informasi dan kualitas data yang diperoleh dari informan yang kompeten. Lima pelaku UMKM tersebut dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Telah beroperasi minimal lima tahun, sehingga memiliki pengalaman usaha yang memadai.
- Telah menerima bantuan pemerintah, seperti Bantuan Presiden Produktif (BANPRES), insentif pajak, atau penundaan angsuran melalui PT. Pegadaian (Persero).
- Memiliki potensi ekspor atau telah menjajaki pasar luar negeri.
- Memiliki pemahaman dan keterlibatan aktif dalam strategi pengembangan usahanya.

Pemilihan responden ini didasarkan pada keyakinan bahwa mereka mampu memberikan informasi yang mendalam terkait strategi adaptasi UMKM terhadap kebijakan pemerintah dan dinamika pasar. Dalam pendekatan Analytic Network Process (ANP) yang digunakan dalam penelitian ini, jumlah responden bukanlah indikator utama validitas data, melainkan keahlian dan relevansi informan terhadap isu yang dikaji.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Letak Geografis dan Demografis Kota Palopo**

Kota Palopo merupakan salah satu daerah otonom di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki posisi strategis dalam mendukung mobilitas ekonomi dan perdagangan di kawasan Luwu Raya. Letaknya di jalur penghubung antara wilayah utara dan selatan Sulawesi Selatan menjadikan kota ini sebagai pusat aktivitas distribusi barang dan jasa. Palopo juga berada di pesisir timur yang menghadap Teluk Bone, sehingga memiliki potensi untuk pengembangan sektor maritim dan perdagangan luar daerah (BPS Kota Palopo, 2023).

### **Kondisi Ekonomi dan Perdagangan**

Pertumbuhan ekonomi Kota Palopo ditopang oleh sektor perdagangan, jasa, dan pertanian. Kota ini menjadi sentra distribusi barang dari dan ke wilayah Luwu Raya, termasuk Kabupaten Luwu, Luwu Timur, dan Luwu Utara. Peran strategis Palopo sebagai pusat logistik regional telah meningkatkan perputaran barang dan jasa, serta membuka peluang baru bagi pelaku usaha lokal (Disperindag Palopo, 2024).

UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian kota. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM, terdapat lebih dari 5.000 unit usaha aktif di berbagai bidang, mulai dari makanan olahan, kerajinan tangan, tekstil, hingga pertanian olahan. Beberapa produk khas yang potensial untuk ekspor antara lain kopi arabika lokal, kakao fermentasi, keripik pisang, dan abon ikan (Dinas Koperasi dan UMKM Palopo, 2024).

Meski demikian, tingkat keterlibatan UMKM dalam ekspor masih terbatas. Hambatan seperti minimnya pengetahuan ekspor, keterbatasan modal, dan belum terstandarisasinya produk menjadi tantangan utama. Selain itu, kurangnya akses informasi dan jaringan ekspor turut menghambat langkah UMKM untuk menembus pasar internasional (Rahman & Natsir, 2022). Oleh karena itu, dukungan kebijakan dan peningkatan kapasitas menjadi sangat penting untuk mendorong UMKM naik kelas.

### **Peran dan Kebijakan Pemerintah Daerah Terkait UMKM dan Ekspor**

Pemerintah Kota Palopo melalui dinas terkait telah menginisiasi sejumlah program guna meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM. Program pelatihan manajemen, pelatihan ekspor, serta promosi produk melalui pameran lokal dan nasional rutin dilaksanakan untuk meningkatkan kapabilitas pelaku usaha kecil. Kegiatan ini juga bertujuan mendorong transformasi digital UMKM, terutama dalam pemasaran berbasis teknologi (Disperindag Palopo, 2024). Langkah lain yang dilakukan pemerintah adalah mempermudah proses legalisasi usaha, seperti penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat halal, hingga perizinan edar. Pemerintah juga menjalin kerja sama dengan perbankan dan lembaga pembiayaan mikro untuk memberikan akses modal bagi pelaku usaha. Skema pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) telah menjadi salah satu sarana dalam memperkuat permodalan UMKM (Kementerian Koperasi dan UMKM RI, 2023). Namun, dari hasil wawancara dengan sejumlah pelaku UMKM di Palopo, terungkap bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum mendapatkan akses ke program pembinaan tersebut. Sebagian besar mengeluhkan kurangnya sosialisasi, birokrasi yang berbelit, dan keterbatasan pendampingan secara langsung. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi menyeluruh terhadap efektivitas program dan pentingnya peningkatan koordinasi lintas lembaga dalam mendukung UMKM go ekspor (Rahman & Natsir, 2022).

### **Profil dan Potensi Ekspor UMKM di Kota Palopo**

#### **Karakteristik UMKM yang Diwawancara**

Penelitian ini melibatkan 5 pelaku UMKM yang tersebar di berbagai kecamatan di Kota Palopo, khususnya yang memiliki potensi produk ekspor. Wawancara dilakukan terhadap pelaku usaha dari sektor makanan olahan, kerajinan tangan, produk pertanian olahan, dan tekstil ersa. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam kegiatan usaha yang memiliki peluang untuk dipasarkan ke luar negeri, baik secara langsung maupun melalui perantara eksportir. Sebagian besar UMKM berada pada skala usaha mikro dan kecil, dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 10 orang. Bentuk badan usaha pun bervariasi, mulai dari perorangan, kelompok usaha bersama, hingga koperasi. Berdasarkan data yang dihimpun, mayoritas UMKM telah beroperasi lebih dari lima tahun, namun masih menghadapi kendala dalam menjangkau pasar ekspor secara mandiri.

Berikut ini adalah tabel karakteristik umum UMKM yang menjadi objek penelitian:

Tabel 1. Profil UMKM dan Potensi Produk Ekspor di Kota Palopo

No.	Jenis Usaha	Produk Utama	Tahun Berdiri	Skala Usaha	Lokasi
1	Makanan Olahan	Keripik Pisang	2024	Mikro	Wara Selatan

2	Produk Olahan	Kerajinan Tangan	2025	Mikro	Telluwanua
3	Produk Pertanian	Produk Sagu	2025	Mikro	Mungkajang
4	Minuman Olahan	Kopi Kemasan	2024	Mikro	Bara
5	Fashion	Sablon Baju	2023	Mikro	Wara Selatan

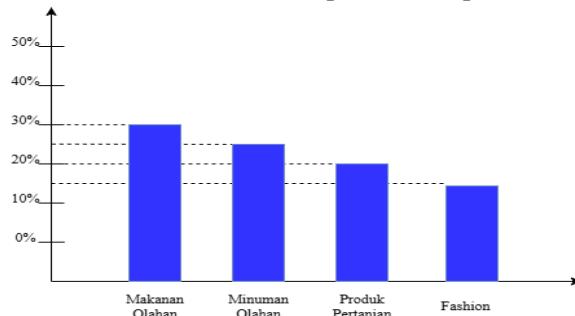
Data Primer, 2025 (diolah)

### Jenis Produk UMKM Berpotensi Ekspor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk-produk UMKM di Palopo memiliki karakter khas lokal yang berdaya saing, terutama dalam aspek keunikan bahan baku dan proses produksi tradisional. Beberapa produk bahkan telah dikurasi dalam program pemerintah daerah untuk promosi luar negeri, seperti kopi arabika lokal, cokelat fermentasi, dan kerajinan ecoprint berbasis pewarna alami. Potensi ekspor dari produk tersebut tidak hanya dilihat dari kualitas bahan, namun juga dari tren pasar global yang mengarah pada produk ramah lingkungan, organik, dan berbasis kearifan lokal. Misalnya, produk tas ecoprint menarik perhatian karena menggunakan teknik pewarnaan alami dari daun dan kulit kayu, yang sangat diminati di pasar Eropa dan Jepang (Vinatra, 2023; Safina et al., 2024).

Adapun kategori produk berpotensi ekspor yang berhasil diidentifikasi dapat digambarkan dalam diagram berikut:

Gambar 1. Jenis Produk UMKM Berpotensi Ekspor di Kota Palopo



Pada Diagram diatas ditemukan bahwa

Makanan Olahan	(30%)	
Minuman Olahan	(25%)	
Produk Pertanian	(20%)	
Fashion	(15%)	

Secara keseluruhan, diagram ini memberikan gambaran bahwa makanan olahan dan kerajinan tangan adalah produk utama UMKM Palopo yang berpeluang besar untuk dikembangkan dalam ekspor. Produk lain seperti pertanian, tekstil, dan herbal juga memiliki peran yang penting meskipun dengan persentase yang lebih kecil. Informasi ini berguna bagi pelaku UMKM dan pemerintah untuk memfokuskan pembinaan dan pengembangan produk yang berpotensi meningkatkan nilai ekspor daerah.

### Pembahasan

Hasil wawancara yang dilakukan dengan sejumlah pelaku UMKM di Kota Palopo mengungkapkan bahwa pengembangan ekspor produk mereka saat ini masih jauh dari optimal dan berjalan sangat lambat. Berbagai kendala yang mereka hadapi di lapangan menjadi penyebab utama belum maksimalnya aktivitas ekspor tersebut. Salah satu kendala yang paling sering disampaikan oleh para pelaku UMKM adalah masalah keterbatasan modal yang mereka miliki. Sebagian besar dari mereka masih mengandalkan dana pribadi atau bantuan modal dari keluarga dekat untuk menjalankan dan mengembangkan usaha. Kondisi ini tentunya sangat membatasi ruang gerak mereka dalam melakukan investasi yang diperlukan untuk memperbesar usaha atau mempersiapkan produk agar layak untuk ekspor. Mereka pun mengalami kesulitan mengakses pembiayaan dari lembaga perbankan maupun institusi

keuangan formal lainnya karena persyaratan yang harus dipenuhi sangat rumit dan sulit dijangkau. Persyaratan seperti jaminan atau agunan yang harus diserahkan kepada bank sangat memberatkan para pelaku usaha kecil ini, ditambah lagi dengan kurangnya pemahaman mereka tentang tata cara dan prosedur pengajuan pinjaman usaha secara resmi. Kesulitan ini membuat banyak pelaku UMKM harus bertahan dengan modal terbatas dan tidak mampu melakukan pengembangan usaha secara optimal.

Selain masalah modal, pelaku UMKM juga menghadapi kendala besar berupa minimnya pengetahuan terkait prosedur ekspor secara formal. Mereka banyak yang belum paham tentang langkah-langkah yang harus dilakukan untuk bisa mengekspor produk mereka secara legal dan sesuai regulasi. Mulai dari pengurusan dokumen yang diperlukan, persyaratan sertifikasi produk, hingga standar mutu internasional yang wajib dipenuhi agar produk dapat diterima di pasar luar negeri. Contohnya, pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan ringan, seperti produksi keripik pisang, masih belum mengetahui pentingnya izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), label komposisi bahan makanan, sertifikat halal, serta standar mutu yang harus ada agar produk mereka layak ekspor. Kurangnya pengetahuan ini menyebabkan pelaku usaha merasa kurang percaya diri untuk menembus pasar internasional, meskipun kualitas produk mereka sudah cukup baik dan memiliki potensi besar untuk diterima di pasar ekspor. Akibatnya, mereka cenderung memilih untuk menjual produk hanya di pasar lokal atau regional saja, sehingga peluang pasar yang lebih luas tidak bisa mereka manfaatkan secara maksimal.

Tantangan berikutnya datang dari sisi proses produksi yang juga menjadi hambatan dalam pengembangan ekspor. Sebagian besar pelaku UMKM mengaku kesulitan dalam menjaga konsistensi kualitas produk sekaligus memenuhi kebutuhan produksi dalam jumlah besar yang biasanya dibutuhkan untuk ekspor. Hal ini karena proses produksi masih banyak yang dilakukan secara manual dengan menggunakan peralatan sederhana dan tradisional yang tidak efisien. Mereka belum memiliki fasilitas produksi yang memadai dan tenaga kerja yang cukup terampil untuk membantu memperbesar kapasitas produksi. Selain itu, keterbatasan teknologi dan sumber daya manusia menyebabkan produksi belum bisa berjalan secara optimal sehingga sulit memenuhi pesanan dalam skala besar yang sering menjadi syarat utama pasar ekspor. Kondisi ini juga berdampak pada ketidakmampuan pelaku UMKM untuk bersaing di pasar global yang menuntut produk dengan kuantitas dan kualitas yang konsisten.

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, pelaku UMKM berusaha mencari solusi secara mandiri. Banyak dari mereka yang mulai belajar melalui media internet seperti YouTube atau platform media sosial lainnya untuk mendapatkan informasi tentang cara pengemasan produk agar lebih menarik dan sesuai standar pasar. Mereka juga aktif memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sebagai sarana promosi produk ke luar daerah dengan harapan dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Bahkan beberapa pelaku UMKM sudah mulai menjalin kerja sama dengan reseller atau distributor dari luar kota sebagai langkah awal dalam memperluas jaringan pemasaran meskipun belum sampai ke tingkat ekspor resmi. Meski demikian, upaya ini merupakan bentuk adaptasi yang cukup positif dan menjadi langkah awal bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya ke pasar yang lebih luas.

Pemerintah daerah sebenarnya sudah mencoba memberikan dukungan melalui beberapa program seperti mengadakan pelatihan bagi pelaku UMKM dan menyelenggarakan pameran produk lokal untuk meningkatkan promosi dan daya saing. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM merasa pendampingan yang diterima masih kurang memadai. Program pelatihan yang diberikan dinilai masih terlalu umum dan kurang fokus pada aspek teknis ekspor, sehingga ilmu yang diperoleh sulit untuk langsung diaplikasikan dalam praktik. Selain itu, tidak ada pendampingan lanjutan setelah pelatihan selesai sehingga pelaku UMKM merasa kesulitan dalam menerapkan apa yang telah mereka

pelajari secara konsisten di lapangan. Di sisi lain, lembaga keuangan seperti bank dan koperasi juga belum memberikan kemudahan yang berarti dalam hal akses pembiayaan bagi pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang mengaku pernah mencoba mengajukan pinjaman melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), namun mengalami kegagalan karena tidak bisa memenuhi persyaratan jaminan dan legalitas usaha yang diminta. Hal ini sangat disayangkan karena kebutuhan modal sangat krusial untuk pembelian alat produksi yang lebih baik, perbaikan kemasan agar lebih menarik, serta untuk memenuhi pesanan dalam jumlah besar yang biasanya diperlukan untuk ekspor. Keterbatasan akses pembiayaan ini menjadi salah satu hambatan serius yang menghalangi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara signifikan.

Secara keseluruhan, hubungan antara kendala yang dihadapi dan solusi yang ditemukan di lapangan cukup jelas dan saling terkait. Misalnya, masalah keterbatasan modal diatasi dengan cara mengandalkan dana pribadi atau sumber daya lokal. Ketidaktahuan akan prosedur ekspor disiasati dengan belajar mandiri melalui internet dan media sosial. Sedangkan kendala pemasaran diatasi dengan menggunakan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun demikian, solusi yang dijalankan saat ini masih bersifat individual dan belum terorganisir dalam sebuah sistem yang dapat mendukung pengembangan ekspor secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pelaku UMKM sangat membutuhkan dukungan nyata dari pemerintah dalam bentuk pendampingan rutin serta fasilitas produksi yang memadai. Selain itu, kemudahan akses pembiayaan dan informasi pasar luar negeri yang lebih transparan dan mudah dijangkau juga sangat dibutuhkan. Peran setiap aktor dalam mendorong pengembangan ekspor produk UMKM di Kota Palopo sangatlah penting dan saling melengkapi. Pelaku UMKM sebagai produsen harus terus melakukan inovasi dalam produk dan menjaga kualitas agar bisa bersaing. Pemerintah daerah perlu turun langsung ke lapangan untuk memberikan bimbingan dan memfasilitasi kebutuhan ekspor secara konkret, bukan hanya sekadar memberikan pelatihan yang bersifat umum. Sementara itu, lembaga keuangan harus merancang skema pembiayaan yang lebih ramah dan mudah diakses oleh UMKM, dengan persyaratan yang lebih ringan serta proses administrasi yang tidak berbelit-belit. Sinergi yang kuat antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga keuangan ini sangat diperlukan untuk mempercepat pengembangan pasar ekspor produk UMKM.

Dengan adanya kerja sama yang berkelanjutan antara ketiga pihak tersebut, pengembangan ekspor produk UMKM di Kota Palopo bukanlah sesuatu yang mustahil untuk dicapai. Namun, hal ini hanya dapat terwujud apabila pendekatan yang dilakukan disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan dan kebutuhan riil pelaku UMKM, sehingga bantuan dan program yang diberikan benar-benar bermanfaat dan dapat meningkatkan kapasitas serta daya saing UMKM secara nyata. Pendekatan yang bersifat top-down tanpa memperhatikan dinamika lapangan cenderung tidak efektif, sehingga kolaborasi yang melibatkan semua pemangku kepentingan dengan komunikasi terbuka dan dukungan berkelanjutan akan memberikan hasil yang lebih optimal.

## KESIMPULAN

- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kendala, faktor pendukung, serta solusi dalam pengembangan ekspor produk UMKM di Kota Palopo. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM yang dipilih secara purposive karena memiliki potensi dan pengalaman di bidang ekspor, diperoleh beberapa temuan utama.
- Secara umum, UMKM di Kota Palopo masih menghadapi sejumlah kendala dalam pengembangan ekspor produk, antara lain: keterbatasan modal, minimnya pengetahuan mengenai prosedur ekspor, kualitas produk yang belum konsisten, serta akses pembiayaan yang belum optimal. Kendala ini menyebabkan banyak pelaku UMKM belum mampu menembus pasar internasional secara maksimal.

- Namun, terdapat pula faktor-faktor yang mendukung, seperti kemauan pelaku usaha untuk berinovasi, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, dan kolaborasi dengan reseller luar daerah. Beberapa UMKM juga telah menunjukkan kesiapan untuk ekspor, meskipun masih membutuhkan pendampingan dan akses jaringan pasar yang lebih luas.
- Tujuan penelitian ini dinyatakan telah tercapai, yakni mengidentifikasi kendala dan faktor pendukung pengembangan ekspor serta merumuskan solusi yang dapat diterapkan oleh UMKM di Kota Palopo. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pemangku kepentingan dalam menyusun strategi penguatan ekspor UMKM.
- Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya keterlibatan pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan pihak swasta dalam mendukung keberlanjutan ekspor UMKM. Pemerintah perlu memperkuat kebijakan pendampingan ekspor, sementara pelaku UMKM harus memperkuat daya saing produk agar mampu menembus pasar internasional secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2014). Ketimpangan wilayah dan kebijakan penanggulangan di Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Arianto Dangkeng, S.E., M.M., Ramli, M., S.E., M.M., & Wijaya, H., S.M., M.M. (2023). Pengantar Perdagangan Bisnis Internasional. Makassar: Azka Pustaka.
- Ascarya. (2005). Analytic Network Process (ANP) new approach of qualitative study. Paper disampaikan dalam Seminar Internal Program Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Trisakti, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Palopo. (2023). Kota Palopo dalam Angka 2023. Palopo: BPS.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo. (2024). Laporan Tahunan Data UMKM Kota Palopo. Palopo: Pemerintah Kota Palopo.
- Dinas Perdagangan Kota Palopo. (2024). Dokumen Strategi Pengembangan Ekspor Daerah Kota Palopo. Palopo: Disperindag.
- Hemas, C. M., & Jaeni. (n.d.). Fakultas Ekonomi, Universitas Stikubank.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2023). Laporan Program KUR dan Digitalisasi UMKM Nasional 2023. Jakarta: Kemenkop UMKM.
- Rahman, A., & Natsir, M. (2022). Strategi peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar ekspor. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 7(2), 89–102.
- Safina, S., Saepudin, E. A., Damayanti, A. S., Yani, L. R., Edista, L., & Cahyani, S. (2024). Analisis ekonomi politik neoklasik dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. *MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(2), 137–142.
- Saleh, A. S., & Ndubisi, N. O. (2006). An evaluation of SME development in Malaysia. *International Review of Business Research Papers*, 2(1), 1–14.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, 11(1), 33–64.
- Sukirno, S. (2007). Ekonomi pembangunan: Proses, masalah, dan kebijakan. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Tejasari, M. (2008). Peranan sektor usaha kecil dan menengah dalam penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Vinatra, S. (2023). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam kesejahteraan perekonomian negara dan masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01–08.
- Windusanco, B. A. (2021). Upaya percepatan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi FISIP Untag Semarang*, 18(1), 01–14.
- Zidane, M. R., Ati, N. U., & Ilyas, T. R. (2024). Peran Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang dalam pengembangan UMKM di Kota Malang (Studi kasus di sentra industri keripik tempe Sanan, Kota Malang). *Respon Publik*, 18(2), 93–99.