



POTENSI EKSPOR UMKM DI KOTA MEDAN

Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan

Paidi Hidayat, Muhammad Arif Lubis & Ishbir Mujahid Adha

Published: 28 Juni 2024

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi dan mendapatkan gambaran tentang kondisi riil sektor UMKM yang berpotensi ekspor di Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rancangan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi yang ada berupa para pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Medan yang berpotensi ekspor dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data utama. Penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dimana 100 responden terpilih adalah sampel sebagai pelaku usaha sektor UMKM dengan potensi ekspor dan melakukan kegiatan usahanya di wilayah Kota Medan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis data disajikan dalam bentuk tabulasi, gambar (chart) dan diagram. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum menekuni kegiatan usahanya sebagai potensi usaha ekspor. Sebagian besar pelaku UMKM cenderung mempekerjakan karyawan temporer untuk mendukung aktivitas operasi kegiatan usaha. Para pelaku UMKM di Kota Medan memiliki motivasi yang tinggi untuk berwirausaha karena telah berpengalaman di bidang usaha yang dijalankannya serta fokus untuk melaksanakan aktivitas wirausaha. Pelaku usaha yang telah memenuhi standar operasional non-teknis perusahaan seperti memiliki *company profile* dan karyawan mahir berbahasa asing (Bahasa Inggris) berpotensi untuk meningkatkan peluang ekspor usaha. Potensi UMKM untuk menjadi UMKM ekspor perlu didorong oleh aktivitas pendukung, seperti menerima program pendampingan, bergabung dengan komunitas, memiliki kelengkapan dokumen ekspor, dan memiliki beragam sumber dana usaha. Namun, sebagian besar pelaku UMKM belum mendapatkan pendampingan maupun tergabung dalam komunitas usaha sejenis. Selain itu, pelaku UMKM juga cenderung menggunakan dana pribadi dan pinjaman kredit perbankan, serta sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki dokumen ekspor, seperti faktur perdagangan, Letter of Credit (LC), dan Country of Origin (COO).

Kata Kunci : Potensi; UMKM; Ekspor; Medan.

Abstract

This research is intended to identify and get an overview of the real condition of the MSME sector that has export potential in Medan City. This research was conducted using a survey research design, which is a research that takes samples from the existing population in the form of MSME business actors in Medan City who have the potential to export using questionnaires as the main data collection tool. The sample determination was carried out by purposive sampling where 200 selected respondents were sampled as MSME sector business actors with export potential and carried out their business activities in the Medan City area. The data sources used in this research consisted of primary data and secondary data. The analysis used in this research is descriptive analysis. Data analysis is presented in the form of tabulations, figures (charts) and diagrams. The results of the research concluded that there are still many business actors who have not pursued their business activities as export business potential. Most MSME players tend to hire temporary employees to support business operations. MSME actors in Medan City have high motivation for entrepreneurship because they have experience in the field of business they run and focus on carrying out entrepreneurial activities. Business actors who have met the company's non-technical operational standards such as having a company profile and employees proficient in foreign languages (English) have the potential to increase business export opportunities. The potential of MSMEs to become export MSMEs needs to be encouraged by supporting activities, such as receiving mentoring programs, joining communities, having complete export documents, and having various sources of business funds. However, most MSME actors have not received assistance or joined similar business communities. In addition, MSME players also tend to use personal funds and bank credit loans, and most MSME players do not have export documents, such as trade invoices, Letters of Credit (LC), and Country of Origin (COO).

Keywords : Potential; MSMEs; Export; Medan.

PENDAHULUAN

Dalam perspektif global, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sejak lama telah memainkan peran yang vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Peran tersebut tidak hanya dirasakan oleh negara-negara sedang berkembang tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM sangat penting peranannya karena kelompok usaha tersebut mampu menyerap tenaga kerja yang banyak dan kontribusinya terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) yang cenderung meningkat. Begitu pun keberadaan UMKM di negara-negara sedang berkembang termasuk Indonesia. Pada saat ini, sektor UMKM di Indonesia memegang peranan penting yang sangat sentral dan strategis dalam pembangunan nasional, baik dilihat dari segi kemampuan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat kecil dengan tingkat pendidikan dan modal yang terbatas maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja serta pemerataan hasil-hasil pembangunan.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada Tahun 2018 tercatat sebesar 61,07 persen dan pada Tahun 2019 kontribusinya mengalami penurunan menjadi 60,51 persen. Sedangkan dilihat dari jumlah unit usaha, sektor UMKM di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 65,47 juta unit usaha dan merupakan 99,99 persen dari pelaku usaha nasional. Untuk tahun yang sama, sektor UMKM mampu menyerap 119,56 juta tenaga kerja atau sekitar 96,92 persen dari tenaga kerja yang bekerja di Indonesia. Sementara itu, keberadaan UMKM di Kota Medan telah memberikan peranan yang strategis bagi perekonomian Kota Medan, baik dilihat dari kontribusinya dalam nilai ekspor non migas dan pembentukan PDRB maupun dalam penyerapan tenaga kerja. Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan tahun 2022, jumlah pelaku usaha UMKM yang ada di aplikasi SIMDAKOP UMKM sebanyak 38.343 unit usaha. Mengingat besarnya peran sektor UMKM tersebut dalam perekonomian baik secara nasional maupun daerah, maka pemerintah melalui instansi terkait terutama Kementerian Koperasi dan UKM telah meluncurkan berbagai program untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya UMKM. Kebijakan pemerintah untuk mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM) tersebut cukup serius. Hal ini didukung dengan disahkannya Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menegaskan bahwa usaha ini perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim usaha yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya. Oleh karena itu, sektor UMKM diharapkan mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensinya seperti yang disumbangkan oleh usaha besar dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja serta pengentasan kemiskinan. Implementasi dari kebijakan pemerintah salah satunya tercermin dari banyaknya program bantuan pemerintah yang dialokasikan untuk pengembangan sektor UMKM.

Sementara itu, kerjasama dari berbagai pihak, seperti pemerintah, dunia perbankan, koperasi dan lain-lain perlu disinergikan agar mampu membantu pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Melihat kondisi ini, cukup beralasan apabila pemerintah bersama dengan berbagai pihak perlu meningkatkan kontribusinya dengan memberikan berbagai bantuan bagi pengembangan sektor UMKM. Hal ini dikarenakan pasca krisis, sektor UMKM terbukti lebih tangguh dan mampu bertahan bahkan terus tumbuh dibandingkan dengan usaha skala menengah ataupun besar yang justru mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya (Rutherford, 1999). Untuk terus eksis dalam persaingan dan dalam upaya meningkatkan *market share* maka UMKM memerlukan kemampuan untuk dapat mengelola dan meningkatkan daya saing produknya sehingga mampu menembus pasar ekspor. Berdasarkan data Kementerian

Koperasi dan UKM (2020), kontribusi sektor UMKM terhadap total ekspor non migas Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 14,37 persen menjadi 15,65 persen pada tahun 2019. Peningkatan kontribusi sektor UMKM terhadap ekspor Indonesia tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, pentingnya mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produknya sehingga mampu meningkatkan nilai ekspor dan kontribusi sektor UMKM dalam perekonomian nasional.

Berdasarkan kondisi yang ada dan permasalahan UMKM yang berkaitan dengan masih terbatasnya pelaku UMKM yang mampu menembus pasar ekspor, maka Pemerintah Kota Medan berupaya untuk mendata dan mengidentifikasi produk-produk UMKM yang berpotensi ekspor berdasarkan karakteristiknya melalui suatu kajian tentang Potensi Ekspor UMKM di Kota Medan. Melalui kajian ini diharapkan Pemerintah Kota Medan dapat meningkatkan kontribusi dan keberpihakannya pada pengembangan UMKM yang berpotensi ekspor sehingga peran UMKM dalam perekonomian semakin meningkat serta mampu menjadi lokomotif dalam percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi di Kota Medan.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rancangan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi yang ada berupa para pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Medan yang berpotensi ekspor dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data utama. Penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dimana 200 responden terpilih adalah sampel sebagai pelaku usaha sektor UMKM dengan potensi ekspor dan melakukan kegiatan usahanya di wilayah Kota Medan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis data disajikan dalam bentuk tabulasi, gambar dan diagram.

HASIL

A. Demografi Responden

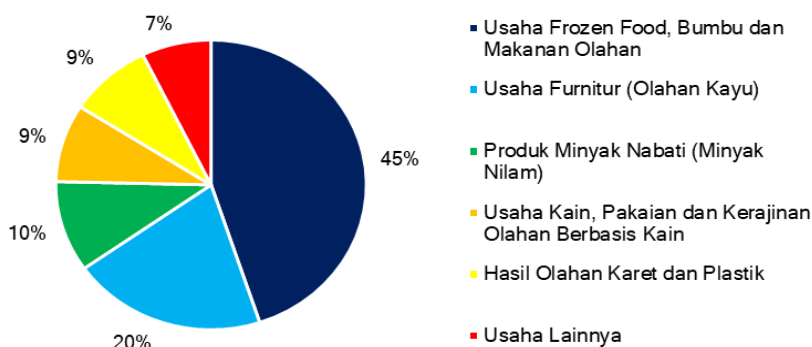
Penelitian ini melibatkan 200 pelaku usaha di Kota Medan dengan kelompok pelaku usaha berdasarkan pengalaman ekspor usaha yang telah dilakukan. Pelaku usaha yang sudah pernah melakukan ekspor dikategorikan sebagai UMKM yang pernah melakukan ekspor dan pelaku usaha yang belum pernah melakukan ekspor sampai dengan studi dilaksanakan dikategorikan sebagai UMKM yang belum pernah ekspor. Tabulasi responden berdasarkan pengalaman ekspor disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabulasi Responden

Pengalaman Ekspor	Responden	
	Jumlah	Persentase
Pernah Ekspor	69	34,50
Belum Pernah Ekspor	131	65,50
Total	200	100,00

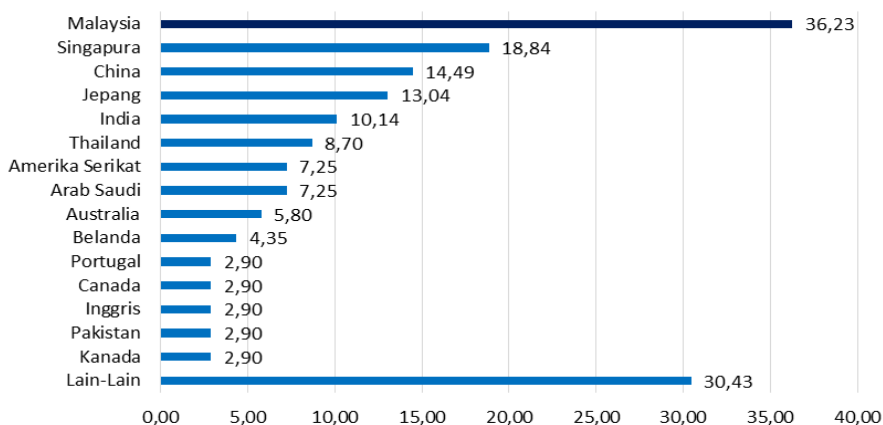
Tabel 1 menunjukkan klasifikasi terhadap sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini. Klasifikasi ini dimaksudkan untuk memperoleh perbandingan potensi antara pelaku usaha yang telah berhasil ekspor dan yang belum berhasil ekspor. Jumlah pelaku usaha yang pernah melakukan ekspor, yaitu sebanyak 69 atau setara dengan 34,50% tidak bermakna bahwa 34,50% pelaku usaha di Kota Medan sudah melakukan ekspor. Penelitian ini dilakukan

secara *purposive* untuk menggali karakteristik pelaku usaha yang pernah ekspor tersebut. Berdasarkan hasil survei terhadap 200 orang pelaku usaha diklasifikasikan bahwa sebanyak 69 responden (34,50%) telah berpengalaman dalam melakukan ekspor sementara 131 pelaku usaha (65,50%) masih belum pernah melakukan ekspor. Meskipun demikian, pelaku usaha ini berpotensi untuk melakukan ekspor ke depannya. Dengan memperhatikan pelaku usaha yang sudah berpengalaman ekspor (69 responden) penelitian dilanjutkan dengan mengklasifikasikan jenis-jenis produk UMKM yang telah di ekspor ke negara lain. Sebagai catatan, konteks ekspor yang dibahas dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang telah berhasil menjual produknya ke pembeli dari luar Indonesia dan memperoleh nilai penjualan. UMKM yang menyatakan pernah ekspor namun belum sesuai dengan kriteria tersebut diklasifikasikan sebagai UMKM yang belum ekspor. Evaluasi terhadap jenis produk UMKM yang berpengalaman ekspor.



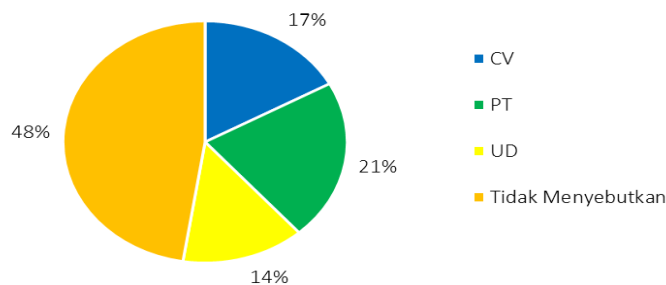
Gambar 1. Produk UMKM di Kota Medan

Dengan mengacu kepada 69 pelaku usaha sebagai dasar evaluasi produk-produk ekspor, diperoleh produk yang paling banyak diekspor dari Kota Medan meliputi produk *frozen food* (seperti hasil laut beku), bumbu-bumbuan serta makanan olahan (seperti keripik) dengan jumlah sebanyak 45% dari jumlah pelaku usaha ekspor dalam penelitian ini. Produk selanjutnya yang banyak diekspor dari Kota Medan adalah produk-produk hasil olahan berbasis kayu, khususnya furnitur yang mencapai 20% dari pelaku usaha ekspor. Produk olahan berbentuk minyak seperti minyak nilam telah banyak diekspor di berbagai negara dengan jumlah sebanyak 10% dari pelaku usaha ekspor. Produk-produk ekspor lainnya meliputi usaha kain, pakaian dan kerajinan berbasis kain (9%), hasil olahan produk karet dan plastik (9%) dan usaha lainnya (7%). Sejalan dengan UMKM yang telah berhasil melakukan ekspor (69 pelaku usaha), penelitian ini juga mengklasifikasikan kegiatan ekspor berdasarkan negara-negara tujuan ekspor. Penelitian ini memberikan tabulasi negara-negara tujuan ekspor yang menjadi tujuan ekspor pada UMKM yang telah berhasil melakukan ekspor dengan negara tujuan :



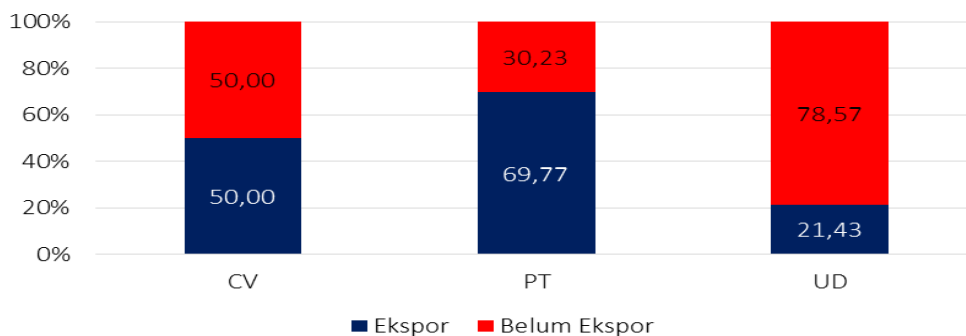
Gambar 2. Negara Tujuan Ekspor UMKM Kota Medan

Gambar 2 menunjukkan pasar negara tujuan ekspor yang umumnya menjadi target pasar ekspor UMKM Kota Medan berada di wilayah Benua Asia. Target pasar ekspor yang paling banyak dituju oleh UMKM ekspor adalah Malaysia (36,23%), Singapura (18,84%), dan China (14,49%). Umumnya, negara tujuan ekspor dipilih karena sudah ada permintaan produk dari negara tersebut ataupun sudah adanya target pasar yang dituju oleh unit usaha. Sebagai catatan, hal ini bukan menjadi pembatas opini bahwa hanya negara-negara tersebut saja yang berpotensi sebagai negara tujuan ekspor di Kota Medan. Penelitian ini memetakan klasifikasi responden berdasarkan bentuk badan hukum usaha dari para pelaku usaha yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Klasifikasi badan hukum usaha pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan tiga bentuk, yaitu PT (Perseroan Terbatas), CV (*Commanditaire Vennootschap*), dan UD (Usaha Dagang). Dalam penelitian ini, klasifikasi UMKM berdasarkan bentuk badan hukum usaha dirangkum sebagai berikut:



Gambar 3. Bentuk Badan Hukum UMKM Kota Medan

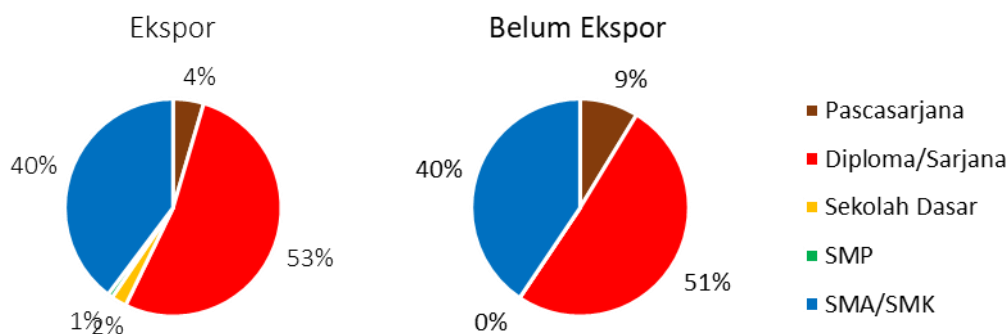
Setiap unit usaha memiliki bentuk badan hukum yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan pemilik bisnis dan kondisi perusahaannya. Bentuk badan hukum usaha dalam penelitian ini meliputi PT (Perseroan Terbatas), CV (*Commanditaire Vennootschap*), dan UD (Usaha Dagang). Berdasarkan hasil survei, ada 21% UMKM di Kota Medan yang berbentuk PT, 17% CV, dan 14% UD, sedangkan sisanya tidak menyebutkan.



Gambar 4. Proporsi UMKM Ekspor dan Belum Ekspor Berdasarkan Badan Hukum

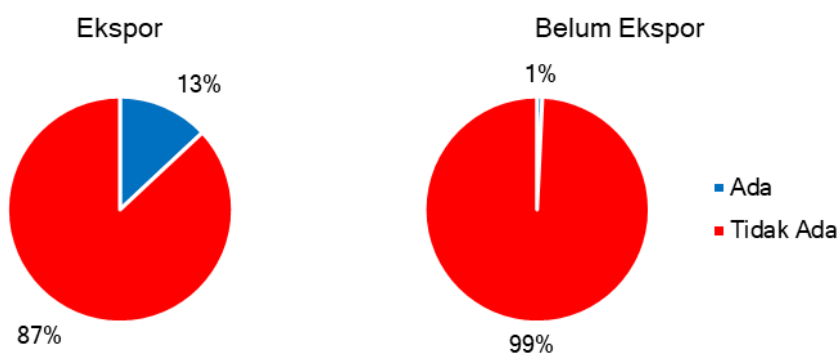
Persentase jumlah UMKM ekspor dan UMKM berpotensi ekspor berbentuk CV adalah sama, yaitu masing-masing sebesar 50%. Sementara itu, UMKM yang berbentuk PT sebagian besarnya (69,77%) dimiliki oleh UMKM ekspor dan sebagian kecilnya (30,23%) dimiliki oleh UMKM berpotensi ekspor. Berbeda dengan kondisi itu, UMKM berbentuk UD lebih dari setengahnya (78,57 %) dimiliki oleh UMKM berpotensi ekspor dan sisanya sebesar 21,43% merupakan UMKM ekspor.

Penelitian ini juga melakukan evaluasi karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir yang ditamatkan oleh para pemilik usaha berpotensi ekspor di Kota Medan. Dalam analisisnya penelitian ini melakukan tabulasi silang antara pelaku usaha yang telah ekspor dan yang belum ekspor berdasarkan jenjang pendidikan.



Gambar 5. Jenjang Pendidikan Responden UMKM Ekspor dan Belum Ekspor

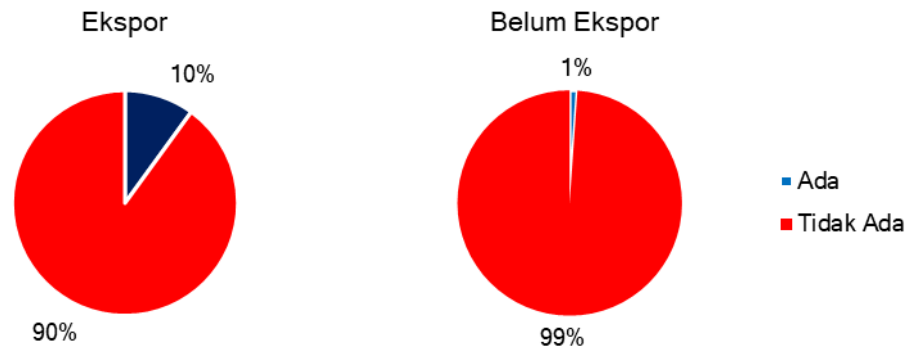
Hasil survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM ekspor (51%) dan pelaku UMKM belum ekspor (53%) memiliki gelar diploma/sarjana. Disusul dengan pelaku usaha yang berpendidikan tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA), yakni mencapai 40% untuk masing-masing pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terakhir yang dilalui oleh sebagian besar pelaku UMKM di Kota Medan umumnya Diploma/Sarjana dan SMA. Kondisi ini mengindikasikan bahwa jenjang pendidikan yang semakin tinggi belum menjadi kunci peningkatan kesempatan atau potensi ekspor dari para pelaku usaha. Dalam upaya mendorong potensi ekspor dari para pelaku usaha di Kota Medan, berbagai pihak juga terlibat dalam melakukan pendampingan kepada UMKM, salah satunya melalui kegiatan pendampingan ekspor. Karakteristik responden berdasarkan pengalaman mengikuti kegiatan pendampingan ekspor dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Distribusi UMKM Memperoleh Pendampingan Ekspor

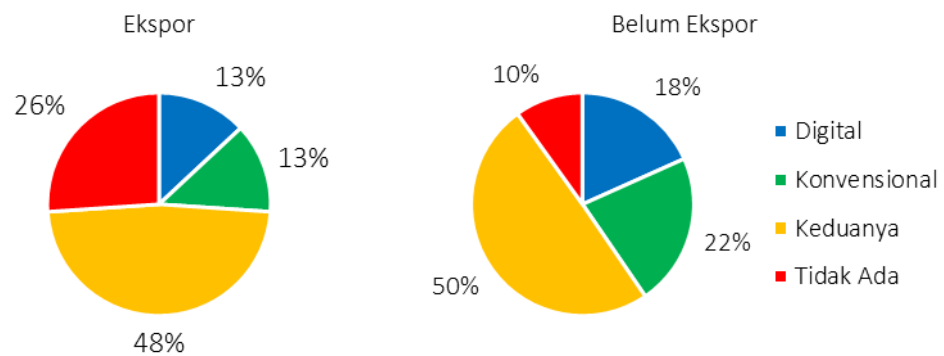
Secara umum, pelaku UMKM di Kota Medan belum mendapatkan pendampingan dalam kegiatan ekspor produk usahanya meskipun ini menjadi hal yang krusial jika ingin melakukan pengiriman barang ke luar negeri. Dari 34% pelaku UMKM yang sudah mengekspor produk tercatat hanya 13% di antaranya yang telah mendapatkan pendampingan. Sisanya sekitar 87% belum menerima pendampingan ekspor. Dari sisi UMKM yang menyatakan belum ekspor, hanya sekitar 1% yang pernah terlibat dalam kegiatan pendampingan atau pelatihan terkait ekspor.

Selain dari program pendampingan ekspor, pelaku UMKM juga berkesempatan bergabung dengan komunitas untuk membuka kesempatan berbagi pengetahuan dan pengalaman oleh sesama pelaku usaha. Meski demikian, hanya sekitar 10% pelaku UMKM ekspor dan 1% pelaku UMKM belum ekspor saja yang ikut serta dalam komunitas ekspor, sedangkan sisanya memilih untuk tidak bergabung dalam komunitas manapun (Gambar 7).



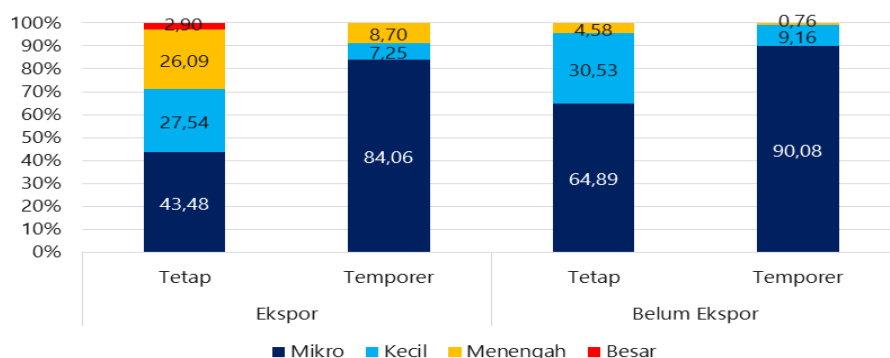
Gambar 7. UMKM Berdasarkan Komunitas Usaha

Penelitian ini mengevaluasi karakteristik responden dari aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Seiring dengan perkembangan teknologi, pemasaran saat ini dapat dilakukan dengan media konvensional berupa percetakan fisik maupun media digital. Pelaku usaha juga dapat menggunakan dua metode tersebut atau tidak ada melakukan aktivitas pemasaran. Karakteristik responden berdasarkan media pemasaran yang digunakan dirangkum dalam Gambar 8.



Gambar 8. Media Pemasaran

Sebagian besar pelaku UMKM ekspor (48%) dan pelaku UMKM belum ekspor (50%) memasarkan produk usahanya menggunakan media digital dan konvensional. Sementara itu, penggunaan media pemasaran digital oleh pelaku UMKM ekspor dan pelaku UMKM belum ekspor mencapai 13% dan 18%, serta media konvensional mencapai 13% dan 22%. Lalu, pelaku UMKM yang tidak menggunakan keduanya mencapai 26% dan 10% untuk pelaku UMKM ekspor dan pelaku UMKM belum ekspor secara konsekutif. Karakteristik responden juga dilakukan berdasarkan tenaga kerja yang digunakan oleh para pelaku usaha. Tenaga kerja dalam penelitian ini diklasifikasikan dalam dua kategori, yaitu tenaga kerja tetap dan tenaga kerja temporer.



Gambar 9. Jumlah Tenaga Kerja Tetap dan Temporer

Unit usaha dalam penelitian ini terbagi ke dalam usaha skala mikro, kecil, menengah, dan besar yang dimana memiliki kriteria klasifikasi berdasarkan jumlah tenaga kerja tetap pada kegiatan usaha tersebut. Berdasarkan hasil olahan data, UMKM ekspor memiliki tenaga kerja tetap sebanyak 43,48%, 27,54%, 26,09%, dan 2,90% untuk UMKM skala mikro, kecil, menengah, dan besar secara berurutan. Sebagai tambahan, persentase tenaga kerja temporer sebanyak 84,06%, 7,25%, dan 8,70% untuk urutan skala usaha yang sama. Di sisi lain, UMKM berpeluang ekspor memiliki tenaga kerja tetap untuk skala mikro 64,89%, kecil 30,53%, dan menengah 4,58%. Lalu, jumlah tenaga kerja temporer untuk skala mikro 90,08%, kecil 9,16%, dan menengah 0,76%. Data ini menggambarkan bahwa UMKM ekspor dan berpeluang ekspor lebih banyak memiliki tenaga kerja temporer atau yang bersifat sementara dibandingkan tenaga kerja tetap terutama pada usaha skala mikro. Dampaknya adalah kegiatan usaha berpotensi sering mengalami pergantian tenaga kerja yang mana setiap proses perekrutan membutuhkan biaya dan waktu, sehingga berpeluang mengganggu proses produksi usaha.

B. Potensi Ekspor UMKM

Dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia, Kementerian Perdagangan memublikasikan *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) pada situs resminya. ITPC merupakan lembaga nirlaba yang berada di bawah Kementerian Perdagangan memiliki kantor perwakilan yang tersebar di beberapa negara. Tujuan terbentuknya ITPC untuk membuka relasi dengan luar negeri, serta memfasilitasi dunia usaha dalam kegiatan promosi dan pemasaran ke luar negeri. Potensi produk ekspor berdasarkan negara terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Potensi Produk Ekspor Berdasarkan Negara

No	Negara	Ekspor
1	Spanyol	Tembaga, Rempah-rempah, Kopra, Kandang jaring apung, Stainless Steel, Sepatu Olahraga, Ikan hias, mainan, Kosmetik, Kaca, Elektronik, Kayu Olahan, Mutiara, Rotan, Tekstil, Pakaian, Perabot plastik
2	Jepang	Besi Baja Bukan Paduan, Produk Kimia, Cooking Oils, Teh, Charcoal, Pet Foods, Coco Peat, Perhiasan, Kosmetik, Sarang Burung Walet, Pakaian, Frozenfood, Rempah-rempah, Game and Toys, Furniture, Elektronik
3	Brasil	Minyak, Mesin listrik dan peralatannya, Karet, Besi dan baja, alas kaki, Produk Kimia, Kakao
4	Chile	Rempah-rempah, tas, Kelapa, Coklat, Arang, Plastik, Arang, Tekstil, Furniture, Pakaian, Biskuit, Kopi, Perhiasan, Sendal,
5	Italia	Kerajinan Tangan tenun, Batik, Sarung Bali, Biskuit, Kopi, Mentega, Kelapa, Teh Andaliman, Mie Instan, Cookie, Kaca, Furniture, Arang, Tekstil, Kertas
6	Nigeria	Kopi, Minyak Goreng, Minyak Essensial, Helm, Obat dan kosmetik, Produk plastik, SeaFood, Furniture, Pakaian, Biskuit, Kopi, Alas kaki, Herbal
7	Afrika Selatan	Seafood, Kopi, Furniture, Plywood,
8	Arab Saudi	Furniture, Herbal dan rempah-rempah, Makanan kaleng, Rotan, Furniture, Perhiasan
9	Jerman	Rempah-rempah, Kopi, Kelapa dan olahan kelapa, Minyak, Fruit, Biskuit, Plastik dan rubbers, tas kulit, Furniture, arang, Handycraft, Plywood, Rotan, Fiber, Karpet, Toys
10	India	Rempah-rempah, sepatu, kelapa dan olahan kelapa, Kosmetik, Herbal, Seafood, Frozen food
11	Korea	Keramik, Kayu, tas, rempah-rempah, furniture, kopi, kosmetik, seafood, Biskuit, frozen food, fruit, Gula, perhiasan, Rubber, alas kaki,
12	Hungaria	Rubber, kelapa, pakaian, rempah-rempah, alas kaki, furniture, Kertas, coklat, Minyak, karet, elektronik,

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum menekuni kegiatan usahanya sebagai potensi usaha ekspor. Dalam kajian yang dilakukan sebagian besar produk ekspor UMKM Kota Medan berasal dari sektor industri makanan (frozen food dan rempah-rempah), pengolahan kayu (furnitur), tekstil (ulos dan kerajinan dari kain), serta minyak nabati dan hewani (minyak nilam dan kemiri).
2. Sebagian besar pelaku UMKM cenderung mempekerjakan karyawan temporer untuk mendukung aktivitas operasi kegiatan usaha, misalnya untuk memenuhi permintaan usaha sehari-hari. Permasalahan yang muncul dari tenaga kerja temporer adalah mereka tidak dapat selalu diandalkan oleh pelaku usaha karena tidak ada ikatan yang jelas. Tenaga kerja temporer yang sering berganti juga memberikan isu kualitas produk yang tidak stabil pula.
3. Para pelaku UMKM di Kota Medan memiliki motivasi yang tinggi untuk berwirausaha karena telah berpengalaman di bidang usaha yang dijalankannya serta fokus untuk melaksanakan aktivitas wirausaha.
4. Pelaku usaha yang telah memenuhi standar operasional non-teknis perusahaan seperti memiliki *company profile* dan karyawan mahir berbahasa asing (Bahasa Inggris) berpotensi untuk meningkatkan peluang ekspor usaha.
5. Potensi UMKM untuk menjadi UMKM ekspor perlu didorong oleh aktivitas pendukung, seperti menerima program pendampingan, bergabung dengan komunitas, memiliki kelengkapan dokumen ekspor, dan memiliki beragam sumber dana usaha. Namun, sebagian besar pelaku UMKM belum mendapatkan pendampingan maupun tergabung dalam komunitas usaha sejenis. Selain itu, pelaku UMKM juga cenderung menggunakan dana pribadi dan pinjaman kredit perbankan. Serta, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki dokumen ekspor, seperti faktur perdagangan, *Letter of Credit (LC)*, dan *Country of Origin (COO)*.