

EKSPOR KERAJINAN TANGAN “THEME BEADS BRACELET” KE PASAR INTERNASIONAL

Putri Salamah Gading; Siti Fatimah Nur Hayati

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Be A Digital Exporter merupakan program yang disiapkan untuk mahasiswa Indonesia menjadi pelaku ekspor yang mengoptimalkan penggunaan teknologi digital. Dengan harapan mahasiswa menjadi eksportir yang profesional. Tujuan dari program ini adalah memperluas pangsa pasar, membangun relasi positif dengan para konsumen, serta meningkatkan penjualan produk. Produk ekspor yang kami pilih yaitu produk gelang manik bertema atau “*Theme Beads Bracelet*,” merupakan perencanaan bisnis yang orientasi pemasarannya bukan hanya dalam negeri saja, namun juga pasar luar negeri. Proses perencanaan bisnis ekspor terdiri dari tahap ide usaha, perumusan konsep usaha, studi kelayakan usaha, penyusunan rencana bisnis, analisis ekspor pemetaan global serta implementasi rencana bisnis. Pengumpulan data penelitian ini bersumber dari *trademap* dan sumber pendukung lainnya. Hasil analisis ekspor pemetaan global menunjukkan terdapat tiga negara yang dijadikan sebagai tujuan ekspor, yaitu negara Uni Emirat Arab, Britania Raya dan Hongkong. Setelah dicoba promosi ke tiga negara tersebut tidak ada respon sehingga pasar diperluas ke negara-negara wilayah ASEAN dengan pertimbangan kemudahan ekspor sesama anggota ASEAN. Setelah dilakukan penawaran produk ke dalam negeri, produk gelang manik ini dapat terjual melalui platform jual beli *online* bernama Market Ekspor. Sementara untuk penjualan negara-negara di wilayah ASEAN belum ada respon. Hal ini dimungkinkan karena desain produk tidak sesuai dengan selera masyarakat ASEAN sehingga perlu dilakukan perbaikan desain produk.

Kata kunci : *ekspor; gelang manik; beads bracelet*

Abstract

Be A Digital Exporter is a program prepared for Indonesian students to become exporters who optimize the use of digital technology. With the hope that students will become professional exporters. The aim of this program is to expand market share, build positive relationships with consumers, and increase product sales. The export product we chose, namely the themed bead bracelet product or “*Theme Beads Bracelet*,” is a business plan whose marketing orientation is not only domestic, but also foreign markets. The export business planning process consists of the business idea stage, business concept formulation, business feasibility study, business plan preparation, global mapping export analysis and business plan implementation. This research data collection comes from *trademap* and

other supporting sources. The results of the global mapping export analysis show that there are three countries that are used as export destinations, namely the United Arab Emirates, the United Kingdom and Hong Kong. After trying promotions to these three countries, there was no response, so the market was expanded to countries in the ASEAN region considering the ease of exporting to fellow ASEAN members. After offering the product domestically, this bead bracelet product can be sold through an online buying and selling platform called the Export Market. Meanwhile, there has been no response regarding sales to countries in the ASEAN region. This is possible because the product design does not suit the tastes of the ASEAN community so product design needs to be improved.

Keyword : export; beads bracelet, theme beads bracelet

1. PENDAHULUAN

Salah satu indikator penting dalam pembangunan dan perkembangan ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan per kapita. Menurut Sukirno (2002: 10) Pertumbuhan Ekonomi adalah perkembangan kegiatan ekonomi yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat dari satu periode ke periode lainnya.

Perekonomian suatu negara dapat dilihat dari tingkat pertumbuhan produk domestik bruto (PDB). Menurut Sadono Sukirno (2016) produk domestik bruto adalah nilai barang dan jasa dalam suatu negara yang diproduksi oleh faktor-faktor produksi milik warga negara tersebut dan negara asing. Nilai ekspor yang lebih mendominasi menunjukkan bahwa barang atau jasa yang diproduksi negara itu digemari oleh negara lain dan hal itu akan meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat.

Suatu negara dapat mempercepat laju pertumbuhan ekonomi negaranya dengan meningkatkan dan mempromosikan ekspor baik barang maupun jasa. Dalam perdagangan internasional, kegiatan ekspor merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan aktivitas ekspor. Hal ini dapat memberikan keuntungan bagi suatu negara yang berpartisipasi di dalamnya. Ekspor merupakan salah satu sumber devisa yang sangat dibutuhkan oleh negara, karena ekspor dapat meningkatkan jumlah produksi yang mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan dan stabilitas perekonomian negara.

Salah satu faktor yang memiliki peran dan kontribusi besar terhadap ekspor non migas adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kelebihan dari UMKM Indonesia adalah

tentang produksinya yang sebagian besar tidak menggunakan bahan baku impor sehingga tidak terpengaruh oleh kenaikan harga bahan baku impor. UMKM di Indonesia bergerak di berbagai bidang usaha dan berperan serta berkontribusi dalam ekspor non migas, seperti produk pertanian, perkebunan, perikanan, garmen, *furniture*, produk industri pengolahan dan barang seni. Berdasarkan data kementerian koperasi dan usaha kecil menengah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang dan pangsa pasar ekspor juga semakin besar.

Menurut hukum Okun yang dijelaskan oleh (Mankiw, 2006) menyebutkan bahwa jumlah pengangguran berkorelasi negatif terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jika tingkat pengangguran naik, maka PDB riil akan turun. Upaya untuk mengurangi jumlah pengangguran adalah dengan meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Peningkatan ekspor juga bisa digunakan untuk mengurangi tingkat pengangguran. Keberhasilan kegiatan ekspor menjadi tolok ukur daya saing industri suatu negara dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik di masa yang akan datang.

Salah satu produk kerajinan tangan yang laris di pasar global adalah gelang manik. Gelang manik bukan hanya sekedar aksesoris saja, tetapi juga sebagai bentuk kreativitas dan gaya mode. Gelang manik ini digemari oleh semua kalangan bukan hanya terbatas pada kelompok usia atau jenis kelamin tertentu saja. Dengan adanya platform *e-commerce* dan media sosial, pelaku usaha gelang manik dapat memasarkan produknya secara global.

Negara yang kami tuju untuk penjualan produk ekspor akan di analisis menggunakan laman web *trademap*. Selain itu kami juga merencanakan menjual produk gelang manik ke negara-negara di kawasan Asia Tenggara yang tergabung dalam ASEAN dengan pertimbangan kemudahan ekspor sesama anggota ASEAN. Indonesia adalah salah satu anggota ASEAN yang telah mengambil peran aktif dalam kerja sama ekonomi di kawasan Asia Tenggara. Kerja sama tersebut memberikan dampak positif terhadap industri ekspor dan juga perekonomian Indonesia. Beberapa keuntungannya adalah peningkatan akses pasar serta harmonisasi kebijakan dan standar. Masyarakat Indonesia dapat mengakses pasar yang lebih luas di negara-negara anggota ASEAN dan juga mendapatkan peluang yang lebih besar untuk mengekspor produk maupun jasa ke negara-negara yang tergabung dalam ASEAN. Kerja sama ekonomi ASEAN juga mencakup harmonisasi kebijakan dan standar yang keuntungannya adalah dapat meminimalkan hambatan teknis, standarisasi produk, dan penyederhanaan prosedur perdagangan. Tujuan dari kegiatan ekspor ini

adalah guna memperluas pangsa pasar, membangun relasi positif dengan para konsumen, serta dapat menjual produk di dalam negeri maupun luar negeri.

2. METODE PERENCANAAN BISNIS EKSPOR GELANG MANIK

Perencanaan adalah penetapan target di awal atas suatu hal yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan serta bagaimana cara untuk mencapai target tersebut (Soner et.al., 1995:265). Perencanaan mencakup visi, misi, tujuan usaha yang ingin dicapai oleh perusahaan. Rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang menerangkan rencana perusahaan atau pengusaha untuk memanfaatkan peluang usaha (Robbins and Coulter, 2003:252). Dalam melakukan penyusunan rencana bisnis terdapat empat tahap yang perlu dilakukan. Lihat gambar 1.

Gambar 1. *Flow Chart Tahap Perencanaan Bisnis Ekspor*



Ide adalah sesuatu yang muncul dan berkembang di dalam pikiran manusia. Ismail Solihin (2007) dalam bukunya yang berjudul “Memahami Business Plan” menyatakan bahwa ide usaha muncul ketika pengusaha melalui pergulatan dengan dunia nyata yang dihadapinya sehari-hari. Adapun ide usaha yang dihasilkan seorang pengusaha, terutama dalam melihat peluang usaha yang terdapat di lingkungannya.

Analisis ekspor pemetaan global dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui negara mana yang akan dijadikan tujuan ekspor dengan menggunakan *trademap*. Dengan menggunakan *trade map*,

pengguna dapat mengetahui dan memutuskan negara mana yang akan dijadikan sebagai tujuan ekspor dengan melihat beberapa indikator pada *trademap*, yaitu *trade balance*, *unit value*, dan tarif masuk.

Konsep usaha adalah penjabaran dari suatu ide usaha ke dalam dimensi-dimensi bisnis yang relevan. Agar ide usaha dapat dijalankan secara operasional, pengusaha harus mewujudkan idenya dengan cara merumuskan idenya ke dalam sebuah konsep usaha. Pada tahap perumusan konsep usaha, pelaku usaha harus melakukan analisis situasional, yaitu suatu proses untuk menemukan kesesuaian peluang yang terdapat di lingkungan.

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah pengusaha menetapkan konsep usaha, maka konsep usaha tersebut harus diuji kelayakan usahanya. Studi kelayakan usaha tidak dapat dilakukan jika ide usaha tidak dirumuskan dalam konsep usaha. Studi kelayakan usaha dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu studi kelayakan ekonomi dan studi kelayakan teknis. Studi kelayakan ekonomi bertujuan untuk mengetahui layak tidaknya suatu usaha berdasarkan data keuangan historis dan data proyeksi keuangan yang terangkum dalam laporan keuangan. Studi kelayakan teknis dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pemeriksaan terhadap berbagai aspek yang menunjang kelancaran operasional perusahaan.

Ismail Solihin (2007) menyatakan bahwa konsep usaha yang akan dibuatkan rencana bisnis hanyalah konsep usaha yang dinyatakan layak setelah melewati tahap studi kelayakan. Komponen rencana bisnis yang dibuat oleh perusahaan antara lain mencakup :

1. Visi misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha.
2. Manajemen perusahaan yang menyangkut kegiatan penetapan direksi perusahaan dan para manajer utama perusahaan.
3. Pengembangan internal perusahaan yang mencakup struktur organisasi perusahaan, pengembangan budaya perusahaan dan sumber daya utama perusahaan seperti manusia, modal, bahan baku dan mesin.
4. Mengembangkan proyeksi kinerja perusahaan.

Tahap terakhir adalah implementasi rencana bisnis yang merupakan realisasi dari rencana usaha dalam kegiatan bisnis yang sesungguhnya. Ismail Solihin (2007) menyatakan bahwa tahap implementasi produk terdiri dari produksi barang, pemasaran, *onboarding* pada platform digital serta kegiatan distribusi barang. Pada tahap implementasi rencana bisnis inilah yang menentukan keberhasilan suatu bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengamatan yang telah dilakukan ketika menyusun rencana bisnis ekspor dengan produk berupa gelang manik bertema atau “*Theme Beads Bracelet*” menunjukkan bahwa diperlukan tahap perencanaan bisnis mulai dari tahap ide usaha hingga tahap implementasi rencana bisnis. Dalam pembahasan ini akan dijelaskan secara mendalam mengenai proses dan hasil kegiatan bisnis ekspor kerajinan tangan “*Theme Beads Bracelet*.”

Tahap Ide Usaha

Pelaku usaha mendapatkan ide usaha dari hal-hal yang di alami dalam kehidupan sehari-hari. Dengan banyaknya peristiwa yang di alami dapat menjadikan pelaku usaha menemukan berbagai peluang usaha yang sekiranya dapat dijadikan ide untuk menjual dan menawarkan suatu produk maupun jasa. Hasil ide usaha yang muncul, pada dasarnya ide usaha tersebut muncul dari hasil pengamatan pengusaha di lingkungan sekitarnya.

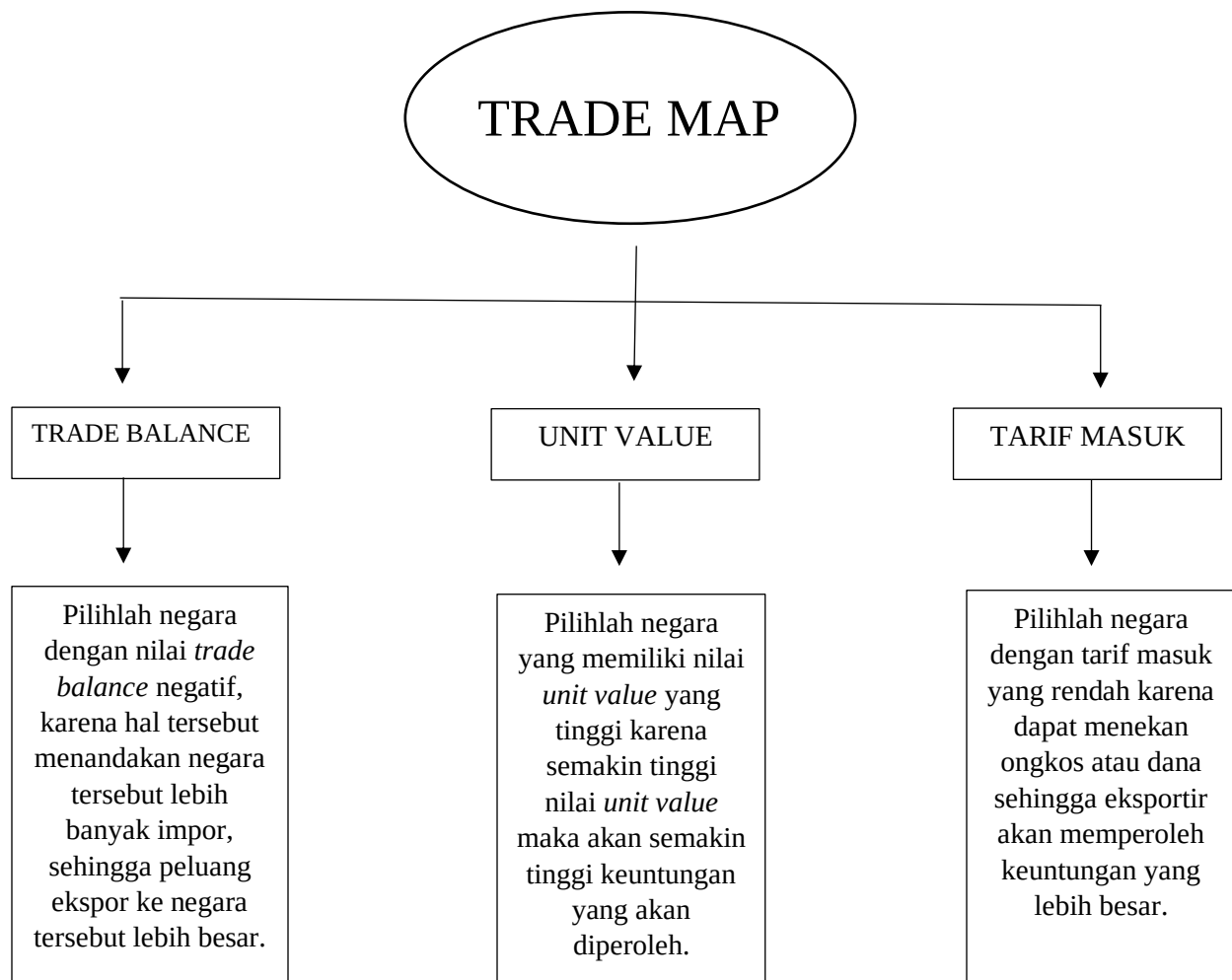
Ide usaha dapat ditemukan salah satunya melalui observasi dengan cara berdiskusi dan mencari apa yang menjadi kegemaran khalayak ramai. Observasi yang dilakukan dengan cara mencari inspirasi produk melalui sosial media seperti tiktok dan instagram. Gelang manik bertema ini kami pilih dengan pertimbangan kegemaran masyarakat atas suatu hal seperti penyanyi, serial, dan lainnya. Sebelumnya kami memiliki banyak opsi tema yang akan kami gunakan pada produk gelang manik yang akan kami ekspor. Setelah melihat dan mengobservasi hal yang paling populer saat ini, kami memutuskan untuk menjual gelang manik bertema Taylor Swift, Harry Potter, Powerpuff Girls dan K-Pop. Selain melihat kegemaran khalayak ramai, kami juga mempertimbangkan aspek kemudahan dalam memproduksi barang yang akan kami jual. Dengan pertimbangan akan kedua hal tersebut, kami memutuskan untuk memproduksi gelang manik yang tiap produknya memiliki beragam tema. Produk ini dapat disebut dengan “*Theme Beads Bracelet*.”

Menganalisis Ekspor Pemetaan Global

Peta akses pasar atau yang biasa disebut *trademap* adalah portal analitik yang membantu pengguna untuk menganalisis, mengakses, membandingkan hingga mengunduh informasi mengenai *trade balance*, *unit value*, dan tarif masuk yang berlaku untuk komoditas atau barang tertentu di pasar internasional. *Trade Map* memiliki *website* yang sangat mudah untuk digunakan oleh pengguna. *Trade Map* menyediakan data indikator-indikator kinerja negara maupun produk, permintaan,

pasar alternatif dan peran kompetitor. *Trade Map* menyajikan informasi dalam bentuk tabel, grafik, dan peta berdasarkan produk, kelompok produk, pengelompokan negara dan regional untuk ekspor dan impor. Dalam melakukan analisa data *trademap* untuk tujuan memilih negara tujuan ekspor terdapat berapa kriteria yang harus diperhatikan.

Gambar 5. *Flow Chart Trade Map*



Berdasarkan gambar 3 tampak bahwa *trademap* memiliki setidaknya tiga unsur, yaitu *trade balance*, *unit value* dan tarif masuk. Dalam memilih *trade balance*, pilihlah negara yang memiliki nilai *trade balance* negatif karena dengan itu kita dapat mengetahui bahwa negara tersebut lebih banyak melakukan impor dibanding ekspor. Hal itu bisa menjadi peluang bagi produk yang kami jual ke negara tersebut. Dalam melakukan analisa *unit value* suatu negara atas suatu barang, pilihlah negara yang memiliki nilai *unit value* yang tinggi karena semakin tinggi nilai *unit value* suatu barang maka akan semakin tinggi keuntungan yang akan diperoleh. Untuk tarif masuk,

negara yang memiliki tarif masuk yang rendah akan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi bagi pelaku ekspor. Secara detail hasil analisis *trademap* berdasarkan data yang ada dapat dilihat hasilnya di tabel 1.

Tabel 1. Tabel *Trade Map* Impor Produk Manik

<i>Importers</i>	<i>Trade balance in 2022 (USD thousand)</i>	<i>Unit Value (USD/unit)</i>	<i>Average tarif (estimated) applied by the country (%)</i>
Uni Emirat Arab	-140,6240	9,954	4,5
Italia	-91,78400	4,405	1,1
Amerika Serikat	-84,13300	4,528	1,5
India	-73,19100	1,691	9,8
Korea Selatan	-49,18700	1,908	4,5
Britania Raya	-34,89000	8,048	0,0
Thailand	-33,30600	3,014	1,4
Vietnam	-31,01100	3,971	24,0
Saudi Arabia	-23,11000	3,874	4,9
Norwegia	-17,48900	2,401	0,0
Indonesia	-17,48500	1,936	8,0
Turki	-16,78900	1,496	1,3
Jerman	-15,71100	1,661	1,1
Iran	-12,08500	5,410	27

Belanda	-4,643000	2,064	1,1
Spanyol	-2,004000	3,038	1,1
Austria	-3040000	4,684	1,1
Hongkong	3,802000	33,55	0,0
Jepang	13,41600	5,734	5,3
Prancis	28,92200	5,676	1,1
Republik Ceko	93,74200	1,879	1,1
Cina	1,449,853	8,500	15

Sumber : *Trade Map*. Diakses tanggal 7 Oktober 2023. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Berdasarkan hasil analisis *trademap* seperti pada tabel 1, dapat kita lihat tiga negara dengan peringkat *trade balance* terbaik adalah Uni Emirat Arab dengan nilai sebesar -140,624 ribu USD, disusul dengan negara Italia dengan nilai *trade balance* sebesar -91,784 ribu USD, dan yang terakhir adalah Amerika Serikat dengan *trade balance* sebesar -84,133 ribu USD. Dengan memilih negara berdasarkan *trade balance* yang menunjukkan angka negatif, kita dapat mengetahui bahwa negara tersebut lebih banyak melakukan ekspor dibandingkan impor. Dengan begitu, peluang kita untuk melakukan ekspor ke tiga negara tersebut semakin besar.

Dalam melakukan analisa *unit value* suatu negara atas suatu barang, pilihlah negara yang memiliki nilai *unit value* yang tinggi karena semakin tinggi nilai *unit value* suatu barang maka akan semakin tinggi keuntungan yang akan diperoleh. Dilihat dari tabel di atas, dapat kita lihat terdapat tiga negara yang memiliki *unit value* paling tinggi adalah Hongkong dengan nilai unit value sebesar 33,552 USD/unit, disusul dengan Uni Emirat Arab dengan *unit value* sebesar 9,954 USD/unit, dan peringkat ke tiga dengan *unit value* tertinggi adalah Britania Raya dengan *unit value* sebesar 8,048 USD/unit.

Tarif masuk adalah angka yang dibebankan oleh suatu unit yang dikenakan terhadap barang yang diimpor. Tujuan diadakannya tarif masuk adalah untuk meningkatkan pendapatan negara. Negara

yang memiliki tarif masuk yang rendah akan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi bagi pelaku ekspor. Dilihat dari tabel di atas, tiga negara yang memiliki tarif masuk paling rendah adalah Britania Raya, Hongkong, dan Norwegia. Ketiga negara tersebut memiliki tarif masuk nol persen.

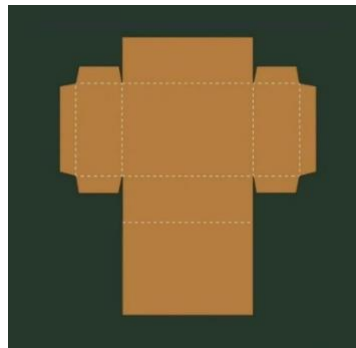
Berdasarkan hasil analisis *trademap*, saya menemukan negara alternatif yang akan dijadikan sebagai tujuan ekspor dengan mempertimbangkan peluang ekspor serta keuntungan yang akan kami dapatkan selaku eksportir. Negara yang akan kami jadikan tujuan ekspor adalah Negara Uni Emirat Arab, Britania Raya dan Hongkong. Ketiga negara tersebut setidaknya memiliki dua indikator yang unggul dalam hasil analisis *trademap* yang digunakan untuk menentukan negara tujuan ekspor. Selain ketiga negara tersebut, kami juga menargetkan negara-negara ASEAN untuk menjadi target pasar produk ekspor yang kami miliki. Kerja sama antara anggota ASEAN di bidang ekonomi mempunyai dampak yang positif bagi perekonomian dan juga industri ekspor Indonesia. Beberapa dampak positif kerja sama negara-negara ASEAN dalam bidang ekonomi yaitu Masyarakat Indonesia dapat mengakses pasar yang lebih luas di negara-negara anggota ASEAN dan juga mendapatkan peluang yang lebih besar untuk mengekspor produk maupun jasa ke negara-negara yang tergabung dalam ASEAN.

Tahap Perumusan Konsep Usaha

Pelaku usaha harus merumuskan ide usaha dalam bentuk konsep usaha. Konsep usaha merupakan penjabaran konkret dari ide usaha. Konsep usaha terdiri dari detail penjabaran mengenai sistem penjualan, produk, desain kemasan, *branding* serta logo. Sistem yang kami gunakan dalam melakukan penjualan dan pemasaran produk melalui media sosial dan platform jual beli *online*, seperti instagram dan tiktok.

Desain kemasan memiliki efek positif pada keputusan pembelian konsumen karena adanya beberapa alasan, yang diikuti oleh kemasan produk yang memiliki nilai dan warna yang atraktif, dan bentuk maupun ukuran kemasan memainkan peran penting dalam memikat persepsi dan perhatian konsumen. Kemasan produk adalah media promosi paling sempurna. Karena setelah membeli produk, kemasan akan ikut terbawa pulang oleh para konsumen. Ini dapat dijadikan sarana branding untuk menyampaikan berbagai hal seperti kegunaan produk, motto atau slogan, dan sebagainya. Jadi, selain berfungsi sebagai pelindung dan membantu konsumen membawa

produk, pengemasan juga berfungsi sebagai media *branding*. Desain kemasan produk harus dipikirkan dengan matang agar menjadi media *branding* yang tepat. Lihat gambar 3.



Gambar 3. Desain Pengemasan

Logo yang digunakan menggunakan desain yang sangat simple namun terkesan elegan, untuk huruf E dan juga S berarti singkatan dari nama brand bracelet yang akan kami buat, kemudian di bawahnya dilengkapi dengan singkatan dari E dan S itu sendiri. Lingkaran di Tengah menandakan perputaran dinamis, yang berarti bahwa kami akan membuat produk gelang itu sendiri dengan mengikuti zaman, entah gelang dengan manik maupun gelang rantai berasal dari platinum atau bahkan perpaduan dari keduanya. Lihat gambar 4.



Gambar 4. Logo Estella Stuff

Tahap Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha dalam bidang *fashion* berkaitan dengan jenis material yang akan digunakan. Memahami *product knowlagde* dan jenis material apa yang kita gunakan dalam memproduksi

barang dapat memudahkan pelaku usaha untuk memberikan penjelasan kepada calon konsumen agar mereka tertarik untuk membeli barang yang dijual. Tujuan melakukan studi kelayakan usaha adalah untuk melakukan pemeriksaan terhadap berbagai aspek yang menunjang kelancaran operasional perusahaan.

Faktor yang harus dipertimbangkan dalam tahap studi kelayakan usaha adalah kelayakan ekonomi dan studi kelayakan teknis. Studi kelayakan teknis dalam perencanaan usaha produk ekspor gelang manik ini berupa penentuan rumah produksi yang bertempat di Surakarta. Alat dan bahan berupa gunting, pengait, manik gelang, dan senar elastis yang digunakan khusus untuk membuat gelang. Dalam memilih bahan produksi, tim kami memilih bahan yang berkualitas agar menjamin mutu dari barang yang akan kami produksi. Studi kelayakan ekonomi dilihat dari modal usaha dan harga penjualan, dengan menghitung selisih keduanya kita dapat memperkirakan keuntungan yang akan di dapat.

Tahap Penyusunan Rencana Bisnis

Penyusunan rencana bisnis terdiri dari banyak komponen, di antaranya adalah visi misi dan tujuan perusahaan. Visi kami adalah Menciptakan produk kerajinan tangan yang unggul, bermutu dengan berbahan manik-manik yang memiliki ciri khas di setiap bentuknya serta menjadi produk seni pakai yang bernilai dan bermanfaat. Misi kami adalah Menjaga kualitas demi terciptanya kepuasan para pelanggan, mengutamakan pelayanan dengan etika yang terbaik, memiliki variasi dan inovasi yang unggul sesuai permintaan pelanggan, memperluas jaringan di pasar dalam negeri maupun di luar negeri.

Tujuan utama pengembangan produk kerajinan tangan ini adalah mengubah barang yang awalnya tidak memiliki nilai jual menjadi barang yang memiliki nilai jual. Di tahun 2023 fokus perusahaan kerajinan tangan kami berupa aksesoris berupa gelang manik yang dibuat secara manual dengan tangan. Produksi yang kami lakukan berdasarkan pesanan yang masuk, mulai dari jumlah pesanan dan tema gelang yang diminati oleh konsumen.

Implementasi Rencana Bisnis

Tahap implementasi produk terdiri dari produksi barang, pemasaran, *onboarding* pada platform digital serta kegiatan distribusi barang. Produksi barang dilakukan secara manual menggunakan tangan. Hal yang perlu disiapkan terlebih dahulu sebelum membuat gelang manik adalah yaitu alat

dan bahan seperti tali elastis, manik-manik, gunting, lem dan pengait. Alat dan bahan yang digunakan berkualitas baik dengan tujuan untuk menghasilkan produk ekspor yang berkualitas. Lihat gambar 5.



Gambar 5. Produk Gelang Manik

Pemasaran produk ekspor kerajinan tangan gelang manik ini menggunakan sosial media dan platform digital, seperti instagram, tiktok dan market ekspor. Terdapat beberapa cara untuk meningkatkan penjualan produk, seperti mengunggah video atau foto promosi produk di media sosial baik instagram maupun tiktok. Selain itu, digunakan juga katalog produk guna mempromosikan produk gelang manik “*Theme Beads Bracelet.*”

Onboarding produk ekspor pada platform digital menggunakan platform market ekspor yang bisa diakses pada website www.marketekspor.com. Platform market ekspor dikelola oleh PT Depo Ekspor Indonesia. Pada tahap *onboarding* produk ekspor ini, tim akan mendaftarkan produknya di website market ekspor. Yayasan Sekolah ekspor bermitra dengan instansi terkait untuk menyediakan platform *market place* bagi pelaku ekspor untuk melakukan *onboarding* produk ekspor. Lihat gambar 7.



Gambar 7. Unggahan Produk di Market Ekspor

Distribusi ekspor dapat dilakukan menggunakan transportasi darat, laut, maupun udara. tahap implementasi bisnis adalah tahap penentuan bagi keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih saluran

distribusi, pelaku usaha ekspor harus menentukan jalur distribusi yang efektif dan sesuai, agar barang dapat sampai ke tangan konsumen dengan keadaan baik. Pesanan dalam negeri kami distribusikan melalui jasa layanan pengiriman barang.

4. PENUTUP

Kegiatan ekspor produk kerajinan tangan “*Theme Beads Bracelet*” mencakup tahap ide usaha, analisis ekspor pemetaan global, perumusan konsep usaha, studi kelayakan usaha, penyusunan rencana bisnis, hingga implementasi rencana bisnis. Pada tahap ide usaha diperlukan observasi produk serta penentuan produk. Hasil dari tahap tersebut adalah keputusan bahwa produk yang akan dijual dan di ekspor adalah gelang manik bertema atau “*Theme Beads Bracelet*.” Tahap selanjutnya adalah analisis ekspor pemetaan global dilakukan untuk mengetahui negara mana yang akan dijadikan tujuan ekspor dengan menggunakan *trademap*. Terdapat tiga negara tujuan ekspor dari hasil analisis pemetaan global, yaitu Negara Uni Emirat Arab, Britania Raya dan Hongkong. Perumusan konsep usaha terdiri dari penjabaran sistem penjualan, produk, desain kemasan, *branding* serta logo. Tahap Studi kelayakan usaha dibagi menjadi dua kategori yaitu studi kelayakan ekonomi dan teknis. Tahap penyusunan rencana bisnis terdiri dari beberapa komponen, di antaranya seperti visi misi dan tujuan perusahaan. Tahap terakhir adalah implementasi bisnis yang merupakan realisasi dari perencanaan bisnis, tahap implementasi bisnis terdiri dari produksi barang, pemasaran, *onboarding* pada platform digital serta distribusi barang. Hasil penelitian analisis ekspor pemetaan global menunjukkan terdapat tiga negara yang dijadikan sebagai tujuan ekspor, yaitu Negara Uni Emirat Arab, Britania Raya dan Hongkong. Akan tetapi setelah dicoba promosi ke tiga negara tersebut ternyata tidak ada respon sehingga pasar diperluas ke negara-negara wilayah ASEAN dengan pertimbangan kemudahan ekspor sesama anggota ASEAN. Setelah dilakukan penawaran produk ke dalam negeri, produk gelang manik ini dapat terjual melalui platform jual beli *online* bernama Market Ekspor. Sementara untuk penjualan negara-negara di wilayah ASEAN belum ada respon. Tujuan dalam program perencanaan bisnis ekspor kerajinan tangan “*Theme Beads Bracelet*” belum sepenuhnya tercapai karena produk ini hanya berhasil terjual di dalam negeri saja sehingga belum bisa memperluas jangkauan pasar hingga luar negeri. Hal ini dimungkinkan karena desain produk tidak sesuai dengan selera masyarakat ASEAN sehingga perlu dilakukan perbaikan desain produk serta promosi ditingkatkan lagi secara intensif.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Indonesia 2023. Diakses 5 Desember 2023. <https://asean2023.id/id/news/benefits-of-asean-member-states-cooperation-in-economic-sector-for-indonesian-people>
- Astuti Purnamawati, 2013, Dasar-Dasar Ekspor Impor, Sinar Grafindo, Yogyakarta
- Aufar, Arizali. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM
- Bank Indonesia. Perkembangan Kredit UMKM. Diakses pada 9 Oktober 2023. <https://bi.go.id/>
- Freddy Rangkuti, (1997). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Perbendaharaan. Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Diakses 9 Oktober 2023. <https://djpb.kemenkeu.go.id/>
- Klimchuk, M. S. & Krasovec S.A. (2007). Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan (Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.//
- Maslakhah, I., & Sutopo. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Terhadap Citra Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Undip Konsumen Aqua). Diponegoro Journal of Management, Volume 6, 1–15.
- Meilasari, D. (2020). Pengaruh Upah Minimum Provinsi, PDRB, Dan Investasi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Industri Di Pulau Jawa tahun 2010-2016. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 169-190; Volume 1 Nomor 2.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. WW Norton & Company.
- Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, (Jakarta:Indeks, 2009), hal.63

Sadono Sukirno. 2016. Makro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta : PT. Rajawali Pers
Sekolah Ekspor. Diakses 5 September 2023. <https://sekolah ekspor.com/>

Sukirno, Sadono, 2002. Makro Ekonomi Modern, P.T.Rajawali Grafindo Persada : Jakarta.

Tulus Tambunan. 2012. UMKM di Indonesia. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Trademap. Diakses 5 September 2023. <https://www.trademap.org/>

Warnaby, Gary & Dominic Medway. (2016). Marketplace icons: shopping malls. Consumption Markets & Culture. 21(3), 275-282. DOI: 10.1080/10253866.2016.1231749.