

Analisis Pengembangan Produk Ekspor Woven Earth Craft

Ais Mariya Ulva

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

R. Yuniardi Rusdianto

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya

Korespondensi penulis: aismariya04@gmail.com ; rusdiyanto.adbis@upnjatim.ac.id

Abstract. Exports are goods and services produced in one country and sold to buyers in another country. The biggest contributing factor to Gross Domestic Product is exports. "Woven Earth Craft" products are handicrafts made by hand using natural materials, such as soil or natural fibers, and formed through woven techniques. The purpose of this research is to find out how to develop Woven Earth Craft export products. The research method used is qualitative research method. The development carried out is branding, using appropriate packaging, using digital marketing strategies and completing export documents. With this, the steps taken by Woven Earth Craft are first planning, adjusting and testing international markets. This export development provides deep insight into the importance of product development as a foundation for meeting consumer demands and achieving business growth. By doing this development Woven Earth Craft is able to compete in the international market.

Keywords: export, handicraft, product development, marketing, international market

Abstrak. Ekspor merupakan suatu barang dan jasa yang dihasilkan di suatu negara dan dijual kepada pembeli di negara lain. Faktor yang menjadi kontribusi terbesar Produk Domestik Bruto adalah ekspor. Produk "Woven Earth Craft" adalah kerajinan tangan yang dibuat dengan tangan menggunakan bahan alami, seperti tanah atau serat alam, dan dibentuk melalui teknik anyaman. Tujuan dari penelitian ini merupakan untuk mengetahui cara pengembangan produk ekspor Woven Earth Craft. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Pengembangan yang dilakukan adalah melakukan branding, menggunakan kemasan yang sesuai, menggunakan strategi pemasaran digital dan melengkapi dokumen ekspor. Dengan hal tersebut langkah yang dilakukan Woven Earth Craft adalah yang pertama perencanaan, penyesuaian dan uji pasar internasional. Pengembangan ekspor ini memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya pengembangan produk sebagai landasan untuk memenuhi tuntutan konsumen dan mencapai pertumbuhan bisnis. Dengan melakukan pengembangan tersebut Woven Earth Craft mampu bersaing di pasar internasional.

Kata kunci: ekspor, kerajinan tangan, pengembangan produk, pemasaran, pasar internasional

LATAR BELAKANG

Ekspor merupakan produk atau jasa yang diproduksi di suatu negara dan dipasarkan ke pembeli di negara lain. Ekspor ini sangat berperan dalam perdagangan dunia internasional. Salah satu aset yang bermanfaat bagi perekonomian suatu negara adalah keanekaragamannya. Manfaat ini akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara berkembang (Todaro dan Stephen, 2006). Rahmaddi (2011) mengatakan mengenai pentingnya ekspor bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, mengingat ekspor dapat menghasilkan kekayaan nasional. Strategi pemerintah untuk memaksimalkan keuntungan eksportir dalam mengembangkan produk baru adalah dengan berkolaborasi dengan para eksportir. Meskipun eksportir dapat memperoleh keuntungan dengan mencari dan menciptakan peluang pasar untuk barang ekspor, pemerintah

harus bekerja untuk mengurangi pendapatan ekspor dengan menciptakan sektor ekspor yang dapat bersaing dengan barang dari negara lain.

Produk "Woven Earth Craft" adalah kerajinan tangan yang dibuat dengan tangan menggunakan bahan alami, seperti tanah atau serat alam, dan dibentuk melalui teknik anyaman. Hasil dari kerajinan ini mempunyai nilai seni yang tinggi dan juga ramah lingkungan karena bahan-bahan yang digunakan bersifat alami. Produk-produk ini memiliki fokus pada keberlanjutan, yang berarti bahwa proses pembuatan dan bahan yang digunakan dikelola dengan memperhatikan dampak lingkungan yang minimal. Selain itu, setiap produknya juga memiliki nilai seni yang tinggi, menciptakan produk yang unik dan berharga dari segi estetika. Merek "Woven Earth Craft" ingin mempromosikan kerajinan tangan yang terinspirasi oleh alam dan budaya. Ini berarti bahwa desain dan teknik pembuatan produk mencerminkan pengaruh dari alam serta nilai-nilai budaya yang kuat.

Dari penjelasan di atas penulis akan membuat laporan dengan judul "Pengembangan Ekspor Produk Woven Earth Craft". Penulis ingin mengetahui bagaimana strategi yang digunakan dalam pengembangan produk Woven Earth Craft agar bisa bersaing di pasar global. Selain itu, penulis ingin memberikan informasi kepada pembaca tentang apa saja dokumen yang diperlukan ekspor dan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan.

KAJIAN TEORITIS

1. Ekspor

Sesuai dengan definisi yang diberikan oleh Nurdhaus dan Samuelson (2004: 325), ekspor didefinisikan sebagai barang dan jasa yang dihasilkan di suatu negara dan dibeli oleh pihak asing. Senada dengan pernyataan Samuelson, ekspor adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan penjualan barang-barang nasional ke luar negeri. Sedangkan menurut Murni (2006: 113), ekspor adalah kegiatan ekonomi nasional yang melibatkan promosi atau penjualan produk nasional. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa ekspor adalah suatu usaha atau kegiatan yang menyangkut pengiriman barang dari suatu negara ke negara lainnya, baik di dalam negara atau daerah yang sama, maupun ke negara atau daerah lain. Praktik ini bermanfaat bagi perdagangan moral dan kepemilikan pribadi.

2. Pengembangan Produk

Otler dan Keller (2007) menyatakan bahwa pengembangan produk merupakan siasat perusahaan dalam hal pertumbuhan, yang melibatkan penawaran produk baru atau produk yang telah dimodifikasi untuk segmen pasar saat ini. Mengembangkan konsep produk sebagai barang fisik untuk memastikan bahwa nilai produk dapat diubah menjadi barang yang berguna. Sebaliknya, menurut Simamora (2007), pengembangan produk merupakan proses pengumpulan gagasan untuk produk dan jasa baru dan mengubahnya menjadi lini produk komersial yang sukses. Peluncuran produk baru didasarkan pada asumsi bahwa pelanggan menginginkan produk baru dan bahwa pengenalan produk baru akan membantu perusahaan mencapai tujuannya.

3. Kerajinan Tangan

Sugiono, dkk. (2008) menyatakan bahwa kerajinan diasosiasikan dengan produk yang dibuat dengan menggunakan tangan manusia (seperti tikar, anyaman, dan sebagainya); produk ini dianggap sederhana karena termasuk seni. Kerajinan juga dapat didefinisikan sebagai usaha pertanian skala kecil. Sebaliknya, kerajinan tangan memiliki arti sebagai proses pembuatan barang dengan menggunakan tangan. (2008) menyatakan bahwa kerajinan berkaitan dengan produk yang terbuat dari jaringan manusia (seperti kulit, rambut, dan sebagainya); ini umumnya merupakan bahan yang mengandung seni yang juga dapat didefinisikan sebagai usaha skala kecil dan berbasis rumah tangga. Sebaliknya, kerajinan tangan berhubungan dengan proses pembuatan barang yang menggunakan tangan.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek atau perilaku yang diamati. Penulis melakukan analisis data yang relevan dengan menggunakan data dari jurnal, artikel, dan buku. Penulis juga menggunakan metode tinjauan pustaka dengan mencari jurnal-jurnal yang memuat artikel-artikel yang relevan mengenai ekspor, impor, perdagangan, dan pasar internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk "Woven Earth Craft" adalah kerajinan tangan yang dibuat dengan tangan menggunakan bahan alami, seperti tanah atau serat alam, dan dibentuk melalui teknik anyaman. Hasil dari kerajinan ini memiliki nilai seni yang tinggi dan juga ramah lingkungan karena bahan-bahan yang digunakan bersifat alami. Produk-produk ini memiliki fokus pada keberlanjutan, yang berarti bahwa proses pembuatan dan bahan yang digunakan dikelola

dengan memperhatikan dampak lingkungan yang minimal. Selain itu, setiap produknya juga memiliki nilai seni yang tinggi, menciptakan produk yang unik dan berharga dari segi estetika. Woven Earth Craft memiliki 3 variasi produk yaitu picnic bag, laptop sleeve, dan phone bag.

Merek "Woven Earth Craft" ingin mempromosikan kerajinan tangan yang terinspirasi oleh alam dan budaya. Ini berarti bahwa desain dan teknik pembuatan produk mencerminkan pengaruh dari alam serta nilai-nilai budaya yang kuat. Produk "Woven Earth Craft" menggunakan 2 jenis *packaging* yaitu *shallow box* dan *paperbag*. Kemasan jenis *shallow box* sebagai inner di *design* menggunakan warna medium peawood dengan ukuran yang bervariasi menyesuaikan variasi produk.

Mengingat adanya pemasaran digital saat ini, Woven Earth Craft menggunakan pemasaran digital dengan beberapa strategi sebagai berikut :

1. Sosial Media

Pemasaran media sosial adalah praktik menggunakan situs media sosial untuk meningkatkan visibilitas online dan mempromosikan produk dan layanan. Website media sosial berguna untuk menciptakan bisnis dan jejaring media sosial. Melalui media sosial, ini dapat menjadi alat yang berguna untuk menghasilkan ide, memperoleh pengetahuan, dan bahkan komunikasi pengguna. Dalam melakukan pemasaran digital Woven Earth Craft sendiri menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, Tiktok dan Youtube.

2. Email

Email marketing adalah suatu taktik atau kegiatan yang menggunakan media email untuk mendistribusikan penawaran promosi, diskon produk, penawaran diskon, penawaran keanggotaan, dan penawaran lainnya kepada individu. Salah satu strategi pemasaran yang sangat sederhana dan efektif adalah menggunakan email untuk menghasilkan prospek. Dalam menggunakan email, Woven Earth Craft sendiri menjadikan alat perantara untuk mendapatkan seorang *buyer*. Email ini juga berguna dalam menawarkan produk kepada pembeli dan memperkenalkan produk kita kepada seorang pembeli.

Selain itu dalam melakukan pengembangan produk ekspor melengkapi persyaratan dokumen juga sangat penting. Dokumen ekspor merupakan salah satu aspek dalam kegiatan ekspor yang ada dalam kegiatan ekspor yang mana penggunaan dokumen-dokumen ekspor tergantung dari jenis produk yang akan di ekspor serta peraturan perundang-undangan yang berlaku di masing-masing negara tujuan ekspor.

1. Nomor Induk Bisnis

Pendirian izin usaha merujuk pada proses formal dan hukum pendirian suatu usaha atau perusahaan yang diwajibkan oleh pemerintah atau badan-badan pengatur untuk beroperasi secara legal. Pendirian izin usaha NIB (Nomor Induk Berusaha) melalui OSS (Online Single Submission) dapat melibatkan beberapa langkah. OSS merupakan sistem yang digunakan di Indonesia untuk mempermudah proses perizinan dan pengurusan bisnis.

2. PT. Perorangan

Perseroan Perorangan (PT Perseorangan) merupakan bentuk badan. hukum yang bisa didirikan oleh hanya satu orang tanpa besaran modal minimal dan memenuhi kriteria Usaha Mikro dan Kecil-Menengah (UMKM). Dalam pendirian PT. Perorangan ini penulis memberikan nama PT. Woven Earth Craft. Nama tersebut diambil dari nama branding produk yang dibuat.

3. Packing List

Packing list adalah sebuah sistem daftar kemasan. Setiap eksportir akan memeriksa *packing list* ini setiap kali mereka melakukan kegiatan ekspor. Informasi pada packing list akan disertakan dalam *Air Way Bill* dan *Bill of Lading*. Daftar pengepakan mencakup informasi tentang pengirim, penerima barang, pihak yang diberitahu (jika ada), nama barang, jumlah dan jenis merek, jumlah merek, tingkat kilau, warna merek, tanda dan nomor pengiriman, dan detail lainnya yang relevan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam perekonomian, salah satu faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam perekonomian suatu negara adalah ekspornya. Ekspor merupakan salah satu dari sedikit komponen perekonomian suatu negara yang patut mendapat perhatian khusus. Jika dijelaskan lebih rinci, ekspor merupakan salah satu komponen perhitungan Produk Domestik Bruto (PDB) sehingga merupakan faktor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB. Semakin tinggi kinerja negara eksportir maka semakin besar pula dampak positifnya terhadap perekonomian negara tersebut. Woven Earth Craft mengembangkan produk ekspor dengan cara perencanaan, penyesuaian dan uji pasar internasional. Dengan hal tersebut, Woven Earth Craft mampu bersaing di pasar internasional. Media promosi yang digunakan adalah sosial media email. Hal tersebut dilakukan karena semakin majunya teknologi pada saat ini. Woven Earth Craft sendiri juga menaati regulasi ekspor yang telah ditetapkan sesuai dengan Peraturan. Untuk lebih mendapatkan informasi mengenai perkembangan ekspor dan pameran dagang

sebaiknya Woven Earth Craft mengikuti lebih banyak lagi asosiasi-asosiasi yang berkaitan dengan ekspor atau lembaga pemerintahan agar Woven Earth Craft mendapatkan wadah yang tepat untuk membantu mempromosikan produknya

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, Shalomita. 2023. Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jumek : Jurnal Mnajemen dan Ekonomu Kreatif*. Vol 1, No. 1
- Asiyan, S. (2013). Pengaruh Penanaman Modal Dalam Negeri, Penanaman Modal Asing, Dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 1(3)
- Erik, Basius, dkk. 2023. *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Sukoharjo : Pradina Pustaka
- Gancang, Martimus dan Rorin, Dwi. 2022. Dampak Program MBKM Magang dan Studi Independen Bersertifikat dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Global Mahasiswa Sebagai Eksportir Baru 4.0. *Jurnal Usaha*. Vol. 3, No. 2
- Hapsari. 2021. Pengembangan Usaha Kerajinan Akar di Kabupaten Bangli. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Cahaya Mandalika*. Vol. 2, No. 1
- Hodijah, Siti dan Patricia, Grace. 2021. Analisis Pengaruh Ekspor dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*. Vol.10, No. 01
- Irvan, Muhammad. 2011. Fase Pengembangan Konsep Produk dalam Kegiatan Perancangan dan Pengembangan Produk. *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta*. Vol. 4, No. 3
- Khoirul, A.dkk. 2020. Pengembangan Produk Orientasi Ekspor dan Inovasi Produk pada UMKM Rotan Indah Jepara. *Al-Khimat: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.3, No.2
- Purwinarti, Titik. 2011. Prosedur Pengurusan Dokumen Barang Masuk Gudang Ekspor, Prosedur Pengangkutan Barang Ekspor, dan Prosedur Penanganan Dokumen Ekspor. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 11, No. 1
- Septian, Bambang. 2023. Analisis Potensi Ekspor Indonesia Terhadap Negara ASEAN dengan Pemanfaatan Perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*. Vol. 15, No.1
- Syifa, Shofia dan Bara, Yanda. 2023. Pengembangan Produk Ekspor Kopi di UMKM - Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. *Karya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 3, No. 02
- S, Henry.2008.*Buku Pinter Pengurusan Perizinan dan Dokumen*. Jakarta : Visimedia