

Kepekaan Branding Dalam Pandangan Produksi Produk Gelang “My Jewellery.ID” Dikancah Pasar Internasional

Arsela Khoirunisa¹

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail:

b300200334@student.ums.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 31 Mei 2024

Received in revised form 3 Juni 2024

Accepted 27 Juni 2024

Available online 26 Juli 2024

ABSTRACT

Certified Independent Study (SI) is part of the Independent Campus program which aims to provide opportunities for students to learn and develop themselves through activities outside of lectures, but is still recognized as part of lectures, through activities organized by "Lacorre" with this learning and support can encourage the development of the young generation to become entrepreneurs and become young exporters. The Certified Internship and Independent Study Program (MSIB) also provides certificates to students who successfully complete internship or independent study activities. This certificate can be of added value to develop real-world work experience. The hope is that it can increase career opportunities in the future. This program involves collaboration between students and the natural stone bracelet MSME "My Jewellery.id". The aim of this collaboration is to make students more enthusiastic, creative and innovative. Then students are also expected to be able to advance MSMEs through the products they produce by successfully marketing their products on the international market.

Keywords: export, UMKM, MSIB, natural stone bracelet.

Abstrak

Studi independen Bersertifikat (SI) adalah bagian dari program Kampus Merdeka yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas diluar kelas perkuliahan, Namun tetap diakui sebagai bagian dari perkuliahan, melalui kegiatan yang diselenggarakan oleh "Lacorre" dengan pembelajaran dan dukungan dapat mendorong untuk mengembangkan para generasi muda untuk berwirausaha dan menjadi eksportir muda. Program Magang dan studi independen Bersertifikat (MSIB) juga memberikat sertifikat kepada mahasiswa yang telah berhasil menyelesaikan kegiatan magang atau studi independen. Sertifikat ini bisa menjadi nilai tambah untuk mengembangkan pengalaman yang nyata didunia kerja. Diharapkan dapat meningkatkan peluang karir dimasa yang kan datang. Program ini melibatkan kerja sama antara mahasiswa dengan UMKM gelang batu alam "My Jewellery.id" tujuan kerja sama ini agar membuat mahasiswa menjadi lebih semangat ,kreatif dan inovatif. kemudian mahasiswa juga diharapkan dapat meningkatkan UMKM melalui produk yang di produksi dengan memasarkan produk mereka secara sukses dipasar internasional.

Kata Kunci: ekspor,UMKM,MSIB,gelang batu alam.

1. PENDAHULUAN

Program Magang dan studi independen Bersertifikat (MSIB) merupakan salah satu kegiatan yang diselenggarakan oleh program kampus merdeka dengan tujuan memberikan pemahaman tentang produk yang diminati oleh mahasiswi,dengan didampingi oleh mentor yang sangat berpengalaman dan kompeten.Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan secara teoritis,tetapi juga memberikan pengalaman yang sangat beharga bagi mahasiswa untuk mendapatkan keterampilan dan jangkauan

pembelajaran yang sangat luas. Program Magang dan studi independen Bersertifikat (MSIB) juga memberikatkan sertifikat kepada mahasiswa yang telah berhasil menyelesaikan kegiatan magang atau studi independen. Sertifikat ini bisa menjadi nilai tambah untuk mahasiswa dalam mengembangkan pengalaman yang nyata di dunia kerja. Dan diharapkan dapat meningkatkan peluang karir dimasa yang akan datang. Program kampus merdeka vokasi digital ekspor fesyen merupakan program di luar kampus yang disiapkan bagi mahasiswa terutama dari perguruan tinggi atau program vokasi di seluruh Indonesia dengan pembelajaran yang singkat yang bertujuan agar siap menjadi pelaku usaha ekspor dalam mengoptimalkan kemajuan teknologi dengan menggunakan bahan dasar yang terbaik. Lacorre sendiri merupakan lembaga yang fokus dalam pengembangan kompetensi ekspor dengan mengedepankan fashion dan pelatihan untuk menjadi eksportir baru yang sukses.

Dengan mengikuti program ini penulis berharap dapat mengoptimalkan dan memperkenalkan kepada dunia dengan kolaborasi bersama UMKM kerajinan gelang tangan manik-manik dan batu alam dalam meningkatkan produk melalui strategi pemasaran dengan menggunakan media digital. Melalui program ini mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan praktis, memperluas jaringan kontak, dan meningkatkan peluang karir mereka di masa depan selain itu, mahasiswa diharapkan memiliki pemikiran yang baik dan dapat memahami, menganalisa terhadap ekspor dengan mengungkapkan gagasan ide bisnis, diharapkan dapat membuat strategi pemasaran melalui media digital, termasuk hubungan bisnis dan pelanggan B2C dan transaksi bisnis yang terjadi antara perusahaan dengan perusahaan lain B2B, serta aspek legalitas hak kekayaan intelektual (HAKI). Peserta juga diharapkan dapat mampu memiliki pemahaman mengenai tentang pembayaran dan keuangan dalam konteks ekspor, termasuk pembayaran melalui metode digital, asuransi ekspor dan letter of credit (L/C). Semua tujuan ini, diharapkan dapat membekali mahasiswa sekolah ekspor menjadi pelaku usaha ekspor yang sukses dengan memanfaatkan teknologi digital.

Program kampus merdeka “vokasi digital ekspor fesyen” memiliki beberapa lingkup kegiatan pembelajaran dengan penyampaian materi atau modul oleh Mentor secara daring synchronous dengan 9 kluster materi dengan mengikuti kelas secara hybrid dalam bentuk online (daring) dan Pembelajaran Asynchronous meliputi sesi belajar mandiri dengan melihat pembelajaran dari SELS, berupa video, artikel, studi kasus, dan penugasan membuat laporan yang berbasis pengalaman. Selain itu, mentoring merupakan kegiatan pendalaman materi yang didampingi oleh Mentor, dilakukan berkelompok atau individu secara online dan bergantian. Semua kegiatan ini dirancang untuk menunjang kreatifitas dan keahlian peserta ekspor dalam mempersiapkan menjadi pelaku usaha yang berkompeten dalam persaingan bisnis internasional.

Produk “.MyJewellery.id” merupakan salah satu brand baru dari produk gelang imitasi berbahan batu alam dan manik-manik yang memiliki potensi ekspor di pasar global. Potensi pemasaran produk gelang ini terdapat di beberapa negara seperti Amerika Serikat, China, Thailand, Prancis, Malaysia dan lainnya. Produk gelang imitasi berbahan manik-manik dan batu alam ini memiliki potensi ekspor yang cukup besar karena keunikan dan karakteristiknya yang simplel tetapi elegan. Selain itu tren pasar global juga mempengaruhi permintaan pasar bagi produk gelang ini. Potensi ini yang harusnya menjadi salah satu faktor kuat bagi para eksportir terutama eksportir baru untuk mencoba kompetisi di pasar internasional. Terlebih lagi daya tarik konsumen terhadap produk gelang ini sangat beragam di setiap negara, karena setiap negara memiliki karakteristik sendiri pada budaya dan gaya hidupnya. Hal ini memungkinkan pula bagi para eksportir baru selain untuk menambah pengalaman dalam hal ekspor tetapi juga dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi untuk menciptakan produk gelang dengan gaya baru yang menyesuaikan target konsumen di setiap negara bagian. Selain itu, Pasar internasional merupakan tempat yang dinamis dan berubah-ubah, di mana produk gelang mengambil peran yang cukup signifikan dalam perdagangan global. Gelang bukan hanya sekedar aksesoris belaka, tetapi juga mencerminkan karakteristik keunikan budaya, gaya hidup, dan selera konsumen dari berbagai belahan dunia. Dalam beberapa tahun terakhir ini, analisis tren pasar internasional terhadap produk gelang telah berkembang dan menjadi fokus utama bagi para pengamat pasar, peneliti dan juga para pelaku usaha. Pasar produk gelang secara internasional telah dipengaruhi oleh berbagai faktor antar lain seperti dinamika tren fashion, inovasi dalam desain, kecenderungan permintaan pasar, serta faktor-faktor ekonomi global yang berdampak terhadap daya saing produk. Analisis yang menyeluruh terhadap tren pasar internasional dan daya saing produk gelang menjadi penting dalam upaya memahami dinamika pasar, mencari peluang baru, dan merespon tantangan yang muncul dalam proses pelaksanaannya.

Menurut (Dumairy, 1999) Perdagangan internasional adalah kegiatan ekonomi dengan melakukan ekspor dan impor antar negara. Perdagangan internasional juga mempunyai tujuan untuk meningkatkan standar hidup suatu negara (Schumacher, 2013). Ada beberapa manfaat dari perdagangan internasional antara lain meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menambah lapangan kerjadan tentunya mengurangi pengangguran. Selain itu, perdagangan internasional juga dapat mendorong industrialisasi dan investasi perusahaan. Penjual memiliki peran yang sangat signifikan karena memungkinkan barang hasil produksi dapat tersalurkan ke konsumen dengan lebih efisien.

2. METODOLOGI PENELITIAN

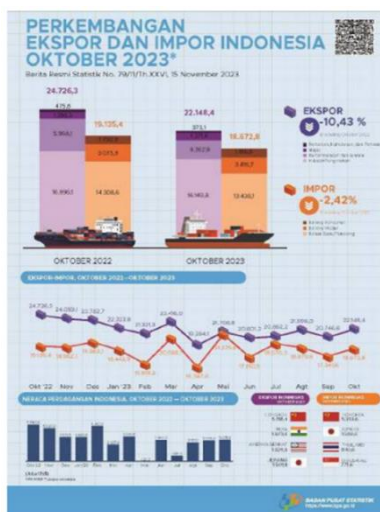
Motode Penelitian yang diguakan adalah motode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut (Zuhri, 2021). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Sumber data diperoleh dari badan pusat statistik, trademap, export genius dan sumber lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pemahaman Bisnis Digital Global (*Internasional Digital Business*)

Ekspor merupakan kegiatan perdagangan internasional dengan cara mengeluarkan barang atau jasa dalam negeri ke luar wilayah pabean Indonesia dengan kebijakan yang berlaku. Kegiatan ekspor ini biasanya dilakukan ketika suatu negara sudah mampu menghasilkan barang maupun jasa dalam jumlah skala besar dan kebutuhan dalam negerinya sudah tercukupi. Kegiatan ekspor dapat dilakukan oleh semua orang yang ingin terus bergerak maju dan terus belajar mencari wawasan dan pengalaman. Dalam prosesnya, ekspor ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perekonomian suatu negara. Menurut Balassa (1978) dan Kavoussi (1984) menyatakan bahwa peningkatan kegiatan ekspor memberikan kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ekspor berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi bagi suatu negara, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan relasi ekonomi dan pertukaran teknologi. Tentunya keberhasilan ekspor ini sangat membantu dalam menjaga keberlanjutan ekonomi suatu negara. Dengan demikian, kegiatan ekspor ini perlu memanfaatkan fasilitas teknologi digital yang tersedia untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Potensi ekspor Indonesia terhadap negara lain masih sangat besar. Peluang inilah yang harus dimanfaatkan para pemangku kepentingan pemerintah, para pengusaha bahkan para pelaku UMKM pun perlu berpartisipasi untuk menciptakan ekosistem ekspor yang sehat bagi perekonomian Indonesia. Pemerintah perlu melihat potensi maupun resiko pada kegiatan ekspor global dan tren pasar untuk dapat memasuki pasar internasional dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Aktivitas ekspor ini harus bisa merangkul semua pelaku usaha, baik yang besar maupun kecil, bagi produsen maupun pedagang, mereka yang melek teknologi maupun yang gptek, para pemuda maupun dewasa, dan seluruh elemen masyarakat yang sadar untuk membantu peningkatan perekonomian di Indonesia. Berikut ini merupakan kinerja nilai ekspor dari perkembangan ekspor dan impor Indonesia periode Oktober 2023 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia :



Gambar 1. Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia Oktober 2023

3.2. Pengembangan Produk Ekspor (*Internasional Product Development*)

Pengembangan produk dan inovasi merupakan sebuah hal penting yang dibutuhkan oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan bisnis pasti dengan adanya pesaing di luar perusahaan. Maka dari itu proses ini penting agar perusahaan mempunyai produk yang berbeda dengan pesaing dan memiliki keunggulan yang menonjol, sehingga membuat orang tertarik dengan produknya (Trott, 2008)

Pengembangan produk merupakan strategi maupun proses-proses yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan produknya, memodifikasi produk lama, dan memperbanyak kegunaan produk ke pasar sesuai permintaan konsumen yang menginginkan hal-hal baru. Produk “My Jewellery.id” ini dibuat dengan bahan batu alam yang menggunakan benang jahit dan bahan manik-manik dengan tali senur dengan menyesuaikan permintaan konsumen. Perencanaan desain produk ini disesuaikan dengan permintaan pasar dan tren yang ada di kalangan remaja saat ini. Apalagi kalangan remaja menyukai hal-hal untuk sesuatu yang memiliki nilai fungsional sebagai aksesoris tubuh mereka. Penyesuaian produk untuk pemasarannya terutama di pasar internasional tentunya akan berbeda-beda cara mengingat setiap negara memiliki tren pasar dan gaya hidup yang berbeda. Keanekaragaman ini dapat menjadi acuan untuk menumbuhkan kreatifitas dan inovasi bagi perusahaan untuk membawa produknya agar dapat memasuki pasar global. Dengan demikian dapat dirancang strategi fungsional untuk mengembangkan produk hingga ke pasar global dan agar dapat bersaing dengan kompetitor dari berbagai negara dengan produk yang sama.



Gambar 3. Data Potensi Ekspor Produk Gelang Imitasi Oleh Indonesia

Analisis tren pasar diperlukan untuk mengetahui seberapa besar minat dan ketertarikan calon konsumen terhadap produk gelang di negara target pasar. Pengujian prototipe produk sebagai langkah awal untuk melihat minat calon konsumen. Dengan memberikan sampel produk dan calon konsumen di pasar internasional dapat memberikan tanggapan mereka terhadap produk tersebut. Setelah itu perusahaan dapat menerima umpan balik sebagai bahan evaluasi kelayakan produk untuk memasuki pasar global dan bersaing dengan kompetitor dari berbagai negara. Selain itu, perusahaan juga perlu mengevaluasi seberapa efektifnya materi pemasaran yang digunakan melalui iklan dan promosi lewat media digital yaitu instagram, tiktok dan youtube.

HS Code	Product Description	Destination Country
73030099	Empty Reels (ex Bead Wire)	MALAYSIA
42022900	Bag Beads	MALAYSIA
71171920	Bead Box	MALAYSIA
71171920	Mix Accessories Of beads.	MALAYSIA
71171920	Mix Accessories Of Plastic,beads,metalsilver	MALAYSIA
15162046	Hydrogenated Palm Stearin In Beadspackedin 20 Kg Net Plain Paper Bag,palletized	MALAYSIA
71171920	Bracellete Bead/shell	MALAYSIA
42029990	Wallet Bead,synthetic Leather,rattan	MALAYSIA
42029990	Bag	MALAYSIA

Gambar 4. HS Code Untuk Negara Tujuan Malaysia

3.3. Program Pengembangan Merek dan Pemasaran (*Internasional Branding & Marketing*)

Pengembangan merek merupakan strategi pemasaran dengan merubah nama, simbol, desain produk dengan tujuan menciptakan atau memperbaharui merek. Proses branding merek dari UMKM menjadi merek untuk usaha ekspor kami “My.Jewellery.id” ini melalui proses diskusi bersama UMKM produsen yang menjadi supplier produk “MyJewelLery.id” Proses tersebut tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak ada persyaratan khusus juga dari berbagai pihak untuk proses kerja sama ini. Pihak pertama yaitu kami selaku calon eksportir dan pihak kedua yaitu UMKM produsen supplier dan pihak ketiganya yaitu LaCorre sebagai wadah penyedia fasilitas bagi mahasiswa untuk melakukan ekspor. Dengan mengusung warna putih yang mencerminkan kejujuran dan kesucian kami berharap usaha yang didirikan ini memiliki sifat jujur dalam setiap penjualan dan simbol berkilau kami berharap usaha yang dibangun juga bisa memancarkan kilauan untuk pembeli yang menggunakan produk yang kami jual.



Gambar 5. Merek Produk Ekspor

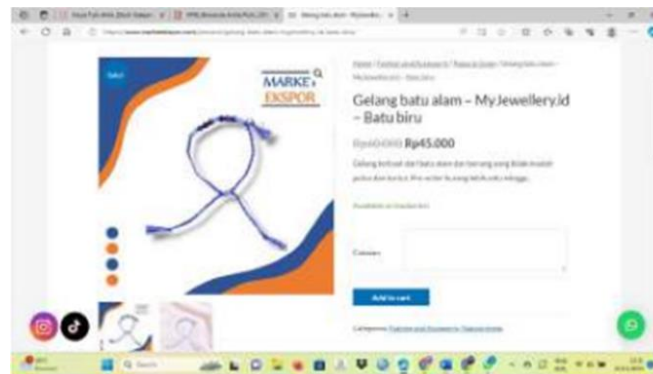
Dengan menggunakan Tagline yang kami gunakan dalam program pengembangan produk ini yaitu “Temukan yang terbaik dari yang terbaik”, ini dipilih untuk memberikan rasa kepercayaan kepada konsumen bahwa produk kami merupakan produk yang baik dan pantas untuk dipilih. Selain itu, dilihat dari pemilihan kemasan dengan kardus ini mencerminkan keberlanjutan bagi lingkungan alam karena kardus memiliki sifat yang mudah didaur ulang. Dengan demikian, selain menghasilkan keuntungan kami juga dapat memberikan kontribusi bagi kesehatan lingkungan sekitar. Slogan ini dibuat sebagai ikonik atau pembeda produk kami dengan brand lainnya, diharapkan dengan adanya slogan ini konsumen dapat tertarik dan bisa membayangkan seperti apa produk yang ditawarkan serta dapat menciptakan consumer awareness.



Gambar 6. PT ABHA KAMALA

Perusahaan ABHA KAMALA kami memilih mengambil nama PT ini dari Bahasa sanskerta dengan filosofi dari ABHA yang memiliki arti cantik dan berkilau dan kamala memiliki arti feminim, nama ini menggambarkan bahwa harapan kami agar produk yang kami jual dapat memberikan kesan yang baik untuk penggunaannya, karena target pasar kami perempuan maka kami mencoba untuk menciptakan kesan cantik berkilau serta kesan feminim dalam satu produk yang kami jual. PT ini didirikan pada 01 november 2023 oleh ketua tim Kholifatul Hikmah dan anggota tim Adhella Rachma Istiqha dan Arsela Khoirunisa. Dengan manfaat agar bisa memperluas serta dapat membantu UMKM untuk menembus ke pasar internasional. Perusahaan ini tentunya perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspor Perhiasan khususnya gelang imitasi berbahan batu alam atau manik-manik

Pemasaran merupakan langkah penting dalam kegiatan ekspor untuk mencapai keberhasilan ekspor. Langkah-langkah pemasaran yang dapat dilakukan yaitu melalui kampanye, promosi, iklan dan membuat konten sosial media. Wardhana (2022) menyatakan bahwa setiap orang dapat menggunakan media sosial dan website untuk memasarkan produk mereka kepada konsumen. Dalam era ini, segala bidang kehidupan manusia, tidak terlepas dari penggunaan teknologi digital begitu pula dengan proses pemasaran produk terutama bagi para eksportir yang target pasarnya hingga ke internasional. Langkah pemasaran yang dilakukan MyJewellery.id yaitu dengan pembuatan konten yang berisikan pengenalan produk, strategi pemasaran, penambahan katalog produk, desain kemasan dan tentunya desain produk. Selain itu pemasaran yang dilakukan yaitu dengan mendaftarkan produk pada Market ekspor. Market ekspor adalah salah satu platform e-commerce yang disediakan oleh 36 sekolah ekspor sebagai wadah untuk transaksi jual beli berbagai produk ekspor, dari mulai fashions, makanan, furnitur hingga aksesoris.



Gambar 7. Pemasaran di Market Ekspor

3.4. Program Mencari Buyer (*Business Matching*)

Menurut Bea Cukai (2022) business matching adalah pertemuan bisnis yang terencana antara para pelaku bisnis dengan distributor potensial, pemasok potensial, mitra keuangan potensial, dan mitra investasi potensial. Business matching merupakan salah satu kegiatan ekspor yang bertujuan mencari buyer, investor atau mitra kerja sama dalam kegiatan ekspor. Kegiatan business matching yang dapat dilakukan yaitu dengan mengikuti kegiatan TEI 2023. Trade Expo Indonesia (TEI) ini bertujuan untuk menciptakan citra baik bagi perusahaan-perusahaan asal Indonesia terhadap mata dunia internasional dengan potensi dan keanekaragaman alam dan budaya untuk dijadikan pasokan bahan berkualitas dan mampu bersaing dengan perdagangan di dunia internasional.

Program mencari buyer ini dapat dilakukan dengan bertemu langsung dalam suatu pameran dagang, seminar perdagangan, maupun kegiatan expo atau bazar. Program business matching ini memiliki beberapa manfaat antara lain yaitu memperluas relasi atau jaringan, efisiensi waktu dan biaya dan menambah wawasan dan pengalaman. Secara keseluruhan, dengan menggabungkan program pencarian pembeli dan business matching, PT ABHA KAMALA berhasil mencapai tujuan pemasaran, meningkatkan eksposur merek "My Jewellery.i" secara global, dan membuka peluang bisnis yang lebih luas di pasar ekspor. Integrasi strategi pemasaran digital, promosi melalui media sosial, dan pertemuan bisnis yang efektif membantu perusahaan mencapai kesuksesan dalam perdagangan internasional dengan lebih efisien.

3.5. Logistik dan Dokumentasi Ekspor

Program logistik ini bertujuan untuk mendapatkan barang dengan biaya yang terjangkau dan ketepatan waktu dan tempat. Dalam operasionalnya, program logistik menyetok persediaan barang untuk beberapa waktu ke depan. Biasanya program logistik ini dilakukan untuk pengiriman terhadap daerah dengan jangkauan yang jauh misalnya pada negara tujuan ekspor. Tentunya dalam pelaksanaan program logistik ini, keamanan barang ekspor menjadi prioritas utama dalam proses pengiriman. Dengan demikian, dibutuhkan alat transportasi yang memenuhi standar perusahaan logistik tersebut. Program logistik juga bermanfaat untuk mengawasi aktivitas barang mulai dari proses produksi hingga proses pengiriman ke negara tujuan ekspor. Dalam hal ini, "MyJewellery.id" menggunakan jaringan transportasi logistik antara lain yaitu: 1; Transportasi logistik menggunakan laut Terdapat beberapa jenis kapal yang digunakan untuk proses pengiriman, diantaranya kapal cepat (kapal Roro), ekspedisi laut kapal barang (cargo), ekspedisi laut kapal PELNI (Pelayaran Nasional Indonesia), dan ekspedisi peti kemas (container). Dengan biaya pengiriman yang dikeluarkan untuk kargo laut cukup murah, konsumen atau penikmat jasa pengiriman model ini dapat

mengirimkan barang dengan ukuran besar dan jumlah yang banyak. Pengiriman dapat dilakukan dalam satu waktu, jadi tidak akan membuang banyak tenaga dan biaya. 2; Pengiriman jasa udara jika dibandingkan dengan metode jasa pengiriman cargo yang lain, pengiriman barang lewat jalur udara memang paling praktis, cepat. 3; Pengiriman jalur darat Pengiriman kargo darat sesuai namanya, menggunakan moda transportasi darat berupa kendaraan truk yang umumnya berjenis CDD, Fuso, Wingbox hingga trailer / truk kontainer. Selain menggunakan mobil, pengiriman kargo jalur darat juga dapat menggunakan moda transportasi kereta. Pada dasarnya, penggunaan jasa cargo darat ini hanya terbatas jangkauannya untuk melakukan pengiriman lokal antar kota, antar provinsi yang berada dalam satu pulau saja.

Produk “MyJewellery.id” memilih Malaysia sebagai negara fokus utama ekspor produk gelang batu alam dan manik-manik. Malaysia mengenakan tarif yang berkisar antara 0 hingga 50 persen, mengikuti tarif ad valorem. Tetapi rata-rata bea masuk yang dibayarkan atas barang-barang industri yang diimpor ke Malaysia adalah 6,1 persen. Bea Cukai Malaysia menerapkan tarif yang lebih tinggi untuk barang-barang yang sudah banyak diproduksi di dalam negeri serta barang-barang yang dianggap 'berdosa' seperti daging babi dan alkohol. Bea Cukai Malaysia menerapkan pengurangan tarif atau pembebasan tarif atas bahan mentah yang diimpor ke Malaysia untuk digunakan dalam pembuatan barang ekspor terutama jika bahan mentah tersebut sulit diperoleh di Malaysia. Pentingnya dokumen kepabeanan dalam ekspor produk gelang imitasi berbahan batu alam dan manik-manik ini bertujuan untuk mengontrol peraturan perundang-undangan yang berlaku di setiap negara tujuan ekspor guna menjamin keamanan transaksi ekspor. Hal ini juga berguna untuk memastikan kepatuhan akan berbagai aturan yang berlaku dan dengan hal ini kami dapat menentukan kebijakan peraturan yang diperlukan. Malaysia menjadi salah satu negara tujuan ekspor tidak lain juga memiliki alasan kuat karena berdasarkan pertimbangan 47 sebelumnya mengingat potensi dan peluang dan juga persaingan yang cukup kuat di pasar Internasional. Bentuk usaha kepatuhan terhadap peraturan ini digunakan untuk menjaga transaksi ekspor tetap aman dan untuk melindungi kepentingan produsen lokal dan seluruh pelaku usaha yang terkait dengan kegiatan ekspor.

4. KESIMPULAN

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen LaCorre merupakan program belajar yang dilaksanakan di luar kampus dan disiapkan bagi mahasiswa di seluruh Indonesia dengan muatan pembelajaran praktis yang sesuai dengan bidang mahasiswa agar mahasiswa siap menjadi pelaku usaha ekspor yang mampu mengoptimalkan kemajuan teknologi digital. Program diawali dengan pengetahuan komprehensif tentang potensi dan peluang menjadi eksportir baru di era perdagangan global dan informasi karir menjadi profesional. Peserta akan mendapat pembekalan tentang perekonomian global, peraturan perdagangan internasional dan kepabeanan. PT. ABHA KAMALA dengan merek gelang “My Jewellery.id” mengidentifikasi negara Malaysia berpotensi untuk dijadikan tujuan ekspor produk kami. Karena dengan beberapa pertimbangan di antara lain risiko pengiriman produk yang tidak terlalu jauh dan persyaratan yang tidak terlalu rumit. Dengan demikian, program ini selain menambah wawasan dan pengalaman yang relevan dalam bidang profesional juga memberikan kesempatan kepada para mahasiswa untuk masuk ke dua eksportir dengan memanfaatkan media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdussamad, Zuchri. 2021 Metodologi Penelitian Kualitatif. Makassar: Syakir Media Press.
- [2] Ariska, R. F., & Ariusni, A. (2019). Analisis kausalitas ekspor, output manufaktur, dan pertumbuhan ekonomi di negara ASEAN. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(2), 645–652.
- [3] Badan Pembinaan Hukum Nasional. (2019). *Ketentuan Masuk Pasar Malaysia*. Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia. http://sikeren.bphn.go.id/frontend/open_sub_regulasi/65
- [4] Badan Pusat Statistik. (2022). *Tren dan Perkiraan Industri Hingga Tahun 2030*
- [5] Balassa, B. (1978). *Exports and Economic Growth: Further evidence*. *Journal of Development Economics*. Vol.5(2). pp.181-189
- [6] Ekspor, S. (2022). *Booklet Sekolah Ekspor*. Yayasan Sekolah Ekspor Nasional.
- [7] Kampus Merdeka. (t.thn.). *Apa itu Studi Independen* <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/program/studi-independen/detail>
- [8] Kavoussi, R.M. (1984) *Export expansion and Economic Growth: Further empirical evidence*. *Journal of Development Economics*. Vol.14. pp.241-250.

- [9] Merrilees Bill, Dale Miller.2008., Principles of corporate rebranding, European Journal of Marketing, Vol. 42 Iss 5/6 pp. 537 – 552
- [10] Salvator, D. (1990). International Economics. 3thEdition. New York: MacMicllan Publishing Company.
- [11] Trademap. (2023). <https://www.trademap.org/Index.asp>
- [12] Trott, Paul. (2008). Innovation management and new product development (4th ed). England: Pearson Education.