

# Pengembangan Ekspor Produk (MyJewellery.Id) di Pasar Internasional

Kholifatul Hikmah <sup>1</sup>, Sitti Retno Faridatussalam <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta

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

[b300200304@student.ums.ac.id](mailto:b300200304@student.ums.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan. Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail: [srf122@ums.ac.id](mailto:srf122@ums.ac.id)

---

## ARTICLE INFO

---

Article history:

Received 31 Juli 2024

Received in revised form 29 Agustus 2024

Accepted 2 Oktober 2024

Available online 18 November 2024

## ABSTRACT

The Certified Independent Study and Internship Program (MSIB) is one of the sub-programs of the Merdeka Campus under the auspices of the Ministry of Education and Culture. This program provides opportunities for students to gain experience and learning outside of higher education. By providing opportunities for students to hone their skills through completing a project provided by Partners from MSIB, one of the partners is PT LaCorre Loka Maya. This partner provides learning for students to find out more specifically about export activities in the fashion sector. Apart from that, he invited students to collaborate with MSMEs such as MSMEs in bracelet jewelry made from natural stones and beads at the Ngarsopuro Surakarta Night Market. Learning is delivered through mentors who are competent in their fields so that students can learn and complete export activity projects starting from analysis of product potential, product planning, processing export documents to the onboarding stage for e-commerce and the marketing process. This program is carried out with the hope of helping MSMEs to become new exporters so they can market their products with a larger reach.

**Keywords:** MSIB, PT Lacorre Loka Maya, Export, Bracelets made of natural stones and beads.

---

## Abstrak

Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) merupakan salah satu sub program dari Kampus Merdeka dibawah naungan dari KEMENDIKBUD. Program ini memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman dan pembelajaran di luar Perguruan Tinggi. Dengan memberikan kesempatan terhadap mahasiswa untuk mengasah kemampuannya melalui penyelesaian sebuah proyek yang diberikan oleh Mitra dari MSIB, salah satu mitranya yaitu PT LaCorre Loka Maya. Mitra ini memberikan pembelajaran bagi mahasiswa untuk mengetahui lebih spesifik mengenai kegiatan ekspor dalam bidang fesyen. Selain itu mengajak para mahasiswa untuk bekerjasama dengan para UMKM seperti UMKM perhiasan gelang berbahan dasar batu alam dan manik-manik yang berada di Night Market Ngarsopuro Surakarta. Pembelajaran disampaikan melalui Mentor yang memiliki kompeten dibidangnya agar mahasiswa dapat mempelajari dan melakukan penyelesaian proyek kegiatan ekspor dimulai dari analisis mengenai potensi produk, perencanaan produk, pengurusan dokumen ekspor sampai ke tahap onboarding ke e-commerce dan proses pemasarannya. Program ini dilakukan dengan harapan dapat membantu UMKM agar menjadi eksportir baru agar dapat memasarkan produk mereka dengan jangkauan yang lebih besar.

**Kata Kunci:** MSIB, PT Lacorre Loka Maya, Ekspor, Gelang dari batu alam dan manik-manik.

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki kekayaan alam melimpah, hal ini memicu untuk dilakukannya pengembangan ekspor dari potensi yang dimiliki negara Indonesia agar dapat menembus ke

pasar internasional. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (KEMENDAGRI) ekspor memiliki makna yaitu perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam menuju ke luar wilayah kepabeanaan dari negara Indonesia. Kegiatan ekspor bagi suatu negara merupakan hal penting dalam mengembangkan perekonomian secara nasional. Karena dalam kegiatannya berpengaruh terhadap pembangunan ekonomi terutama Produk Domestic Bruto (PDB).

Pengembangan ekspor memiliki arti yaitu langkah strategis untuk meningkatkan daya saing suatu negara pada pasar internasional. Dengan memperluas pasar pada produk-produk yang memiliki potensi tinggi maka negara dapat mengambil manfaat dari adanya program tersebut contohnya pertumbuhan dalam sektor industri, membuka lowongan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Maka sangat diperlukan peran dari beberapa pihak seperti pemerintah dan lembaga pelatihan yang memberikan dukungan untuk mendorong kegiatan ekspor agar dapat lebih maju. Salah satu lembaga yang dapat memberikan pelatihan seperti Yayasan Sekolah Ekspor Nasional dan PT Lacorre yang menjadi mitra pada program Kampus Merdeka.

Kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka sesuai pada peraturan Mendikbud No.3 Tahun 2020 merupakan sebuah program yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) Kemendikbudristek yang dapat dilakukan oleh mahasiswa di luar perguruan tinggi selama satu semester seperti Magang dan Studi Independent Bersertifikat (MSIB). MSIB merupakan sub program yang menyediakan ruang bagi para mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman terjun di dunia kerja baik pada sektor industri, kementerian, lembaga ataupun yayasan yang terdaftar pada mitra kampus merdeka.

Pada program Studi Independent Vokasi Digital Ekspor dan Fesyen oleh mitra PT. LaCorre Loka Maya memberikan pembelajaran bagi mahasiswanya agar siap menjadi seorang eksportir yang berintelektual yang dapat mengurus perusahaan ekspor dan menjadi fasilitator UMKM untuk melakukan ekspor produknya ke berbagai negara.



Gambar 1. Perkembangan ekspor periode Januari-Oktober 2023  
Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan

Berdasarkan pada data diatas perkembangan ekspor non migas sebesar 201,25 USD miliar, dari jumlah persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor non migas menyumbang pemasukan yang besar dalam kegiatan ekspor. Ada 5 produk ekspor non migas terbesar dalam periode ini yaitu bahan bakar mineral, lemak dan minyak nabati, produk besi dan baja sebesar, produk mesin dan perlengkapan, kendaraan dan bagiannya. Pada sektor non migas memberikan pendapatan terbesar dalam kegiatan ekspor, oleh karena itu para pengusaha ataupun calon eksportir baru harus memperhatikan produk apa saja yang sekiranya memiliki potensi untuk dipasarkan pada pasar internasional. Menurut Pusat Pelatihan Tenaga Kerja dan Jasa Ekspor (PPEJP) ada 7 produk potensial Indonesia yang memiliki peluang besar untuk menembus pasar internasional seperti produk kerajinan, perikanan, obat-obatan herbal, makanan kemasan, minyak nabati, rempah-rempah dan perhiasan. Pada produk perhiasan baik di Indonesia maupun di negara luar masih menjadi trend fashion yang digemari oleh beberapa kalangan.



Gambar 2. Tren dan Perkiraan Industri Perhiasan Imitasi  
Sumber: databridgemarketresearch

Pada gambar diatas terdapat tren dan perkiraan dari sektor perhiasan yang mengalami peningkatan dari tahun 2023-2030 dari negara eropa dan amerika utara.

Selain itu ada beberapa negara dengan peningkatan tren perhiasan dengan cepat seperti pada negara Italia, Rusia, Jerman, Negara ASEAN, dan beberapa negara Asia Pasifik. Dalam beberapa informasi yang diperoleh mengenai pemahaman bisnis untuk memberikan analisis perkembangan tren pasar dari perhiasan dengan melakukan pembahasan mengenai faktor yang mempengaruhi daya saing produk tersebut serta dapat memberikan landasan bagi strategi produk yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus mengalami perubahan sehingga tidak akan mengalami ketertinggalan zaman.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Mahasiswa LaCorre membentuk Tim yang beranggotakan 3 orang untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan melakukan pengembangan produk dan membantu atau memfasilitator para UMKM agar produk buatannya dapat menembus pasar ekspor. Program ini berjalan selama 4 bulan dari September sampai Desember. Metode pelaksanaan yang dilakukan dengan membantu dan bekerja sama dengan beberapa UMKM perhiasan gelang dengan berbahan dasar batu alam dan manik-manik yang ada di Night Market Surakarta.

Program pengabdian tersebut diawali dengan memperkenalkan bisnis internasional, mengembangkan produk ekspor, pengembangan merek dan pemasaran, mencari buyer, melakukan inovasi produk dan kemasan, pendaftaran produk dan pengenalan dan pembuatan dokumen ekspor, program kepabeanaan, program logistik, serta program pengembangan bisnis internasional.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Pemahaman Business Internasional

Bisnis Internasional merupakan perdagangan dari suatu negara ke negara lain dengan dasar kesepakatan bersama. Menurut Sadono Sukirno perdagangan internasional memberikan banyak manfaat seperti memperoleh keuntungan dari kegiatan jual beli, mendapatkan barang yang tidak diproduksi di negara sendiri, transfer teknologi modern dll. Adapun faktor pendorongnya adalah Keinginan yang besar untuk mendapat keuntungan dengan memanfaatkan pangsa pasar global, meningkatkan citra perusahaan dengan skala lokal maupun internasional dan membantu menumbuhkan tingkat eksportir dari suatu negara.

### 3.2. Pengembangan Produk Ekspor (International Product Development)

#### 3.2.1. Menganalisis potensi dan menetapkan pasar tujuan

Melihat dari meningkatnya ekspor perhiasan di tahun 2020 menurut KEMENDAGRI sebesar 24,21% ke beberapa negara penyerap ekspor perhiasan seperti pada kawasan ASIA. Dengan mempertimbangan beberapa aspek seperti letak geografis, regulasi, pangsa pasar, tren, kebudayaan yang hampir sama maka Pasar yang akan dituju yaitu negara Malaysia.

#### 3.2.2. Pembuatan PT dan Brand

Untuk melakukan pengembangan produk ekspor maka diperlukan pembuatan PT perorangan untuk mempermudah kegiatan ekspor ke negara tujuan.



Gambar 3. Logo PT. Abha Kamala

Perusahaan ini dibentuk untuk membantu beberapa UMKM Perhiasan gelang di Night Market Ngarsopuro dalam pemasarannya. Kami juga berharap dengan pembuatan PT Abha Kamala dapat melakukan kerja sama yang baik terhadap UMKM untuk membangun perekonomian yang semakin kuat dan dapat terus tumbuh untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas untuk bertahan di pasar negara tujuan yaitu Malaysia. PT. Abha Kamala menggunakan brand dengan nama MyJewellery.id untuk memudahkan proses pemasarannya.



Gambar 4. Merek Perusahaan

Esensi merek ini menggambarkan tentang kualitas, keindahan dan keberagaman produk gelang yang kami tawarkan. MyJewellery.id diambil dari kosa kata bahasa Inggris untuk menyesuaikan produk yang kami buat agar dapat dipahami oleh semua calon pembeli di negara tujuan bahkan di seluruh dunia. Merek ini juga mencerminkan kreativitas dari UMKM untuk membuat keberagaman gelang yang dihasilkan dengan memiliki bentuk, model dan warna yang berbeda-beda dengan tetap memperhatikan kualitas produknya.

### 3.2.3. Produk dan Kemasan



Gambar 5. Produk Gelang dari batu alam dan manik-manik

Pada produk di atas, manik-manik memiliki beberapa pilihan warna dan bentuk yang unik dengan tali senur dan pengaitnya untuk menghubungkan antara ujung dengan ujung. Selain tali senur, kami menggunakan benang dengan berbagai pilihan yang disesuaikan dengan warna batu alam. Penataan benang dilakukan dengan sangat rapi dan memperhatikan presisi serta perpaduan warnanya. Untuk warnanya terdiri dari biru, hijau, dan merah.

Untuk kemasan menggunakan kardus dengan warna pink, dengan menambahkan warna pink pada kemasan menambah kesan lucu pada produk. Kardus yang akan kami pakai untuk kemasan memiliki ukuran 8x8x3 cm. Selain itu kami akan menambahkan Hangtag dan kartu ucapan yang berisi informasi singkat mengenai produk.



Gambar 6. Kemasan Produk dan Hangtag

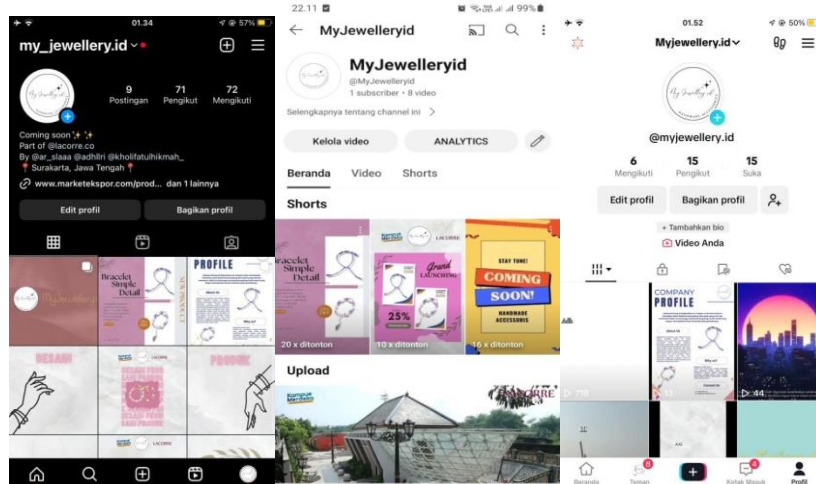
### 3.2.4. Strategi Harga

Melakukan riset perbandingan secara langsung produk gelang dari pesaing dengan produk yang ditawarkan. Selain itu memperhatikan apakah pesaing menggunakan strategi harga rendah, harga tinggi, atau harga yang sebanding dengan nilai produk. Tinjau apakah pesaing menawarkan diskon, promosi, atau paket penjualan yang khusus. Kami menawarkan harga gelang dari Rp. 20.000 – Rp. 50.000 sesuai dengan jenis gelang yang dipilih.

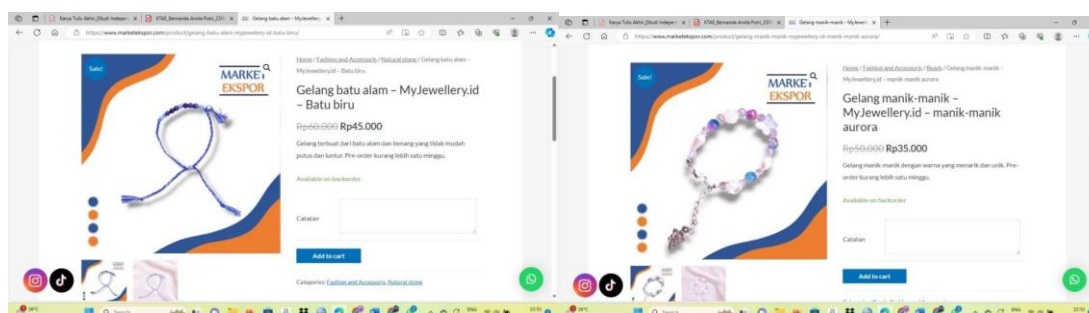
### 3.3. Program Pemasaran (Digital Marketing)

Digital marketing atau pemasaran digital mengacu pada strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk menargetkan, mengukur, dan terlibat dengan audiens. Tujuan utamanya adalah mempromosikan merek, membentuk preferensi konsumen, dan meningkatkan penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. Pemasaran digital juga disebut pemasaran online atau pemasaran internet. Secara konseptual, pemasaran digital memiliki kesamaan dengan pemasaran tradisional, tetapi berbeda dalam alat dan perangkat yang digunakan untuk mengimplementasikannya. Berkat kemajuan teknologi digital, bisnis kini dapat menjual produk secara online dan memproses transaksi melalui sistem pembayaran online (pembayaran elektronik). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pemasaran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dari tradisional menjadi digital (Wati et al., 2020). Anda dapat menggunakan media sosial dan website Anda untuk memasarkan produk Anda ke konsumen (Wardhana, 2022).

PT Abha Kamala melakukan branding produk dengan nama MyJewellery.id menetapkan target pasar pemasaran yang terfokuskan pada wanita dari kalangan anak kecil, remaja sampai dewasa yang rata-rata menyukai perhiasan. Program pemasaran kami menggunakan platform digital seperti Instagram, Youtube, TikTok dan platform e-commerce dengan menyajikan konten menarik seputar pengenalan produk.



Gambar 7. Platform Pemasaran



Gambar 8. Platform e-commerce

Perusahaan kami menggunakan e-commerce Market Ekspor sebagai media promosi produk ekspor. Platform ini disediakan oleh LaCorre dan Sekolah Ekspor untuk memwadah para eksportir baru untuk melakukan pemasarannya agar dapat menembus pasar internasional dan pada pasar negara tujuan.

### 3.4. Program Mencari Buyer (Business Matching)

Menurut modul yang ada pada LaCorre, Business Matching merupakan proses untuk menghubungkan antara produsen, eksportir dan importir yang memiliki minat dan kebutuhan yang saling sesuai. Adapun program mencari buyer yang sudah diterapkan seperti mencari buyer secara offline dengan mengikuti pameran perdagangan internasional seperti Trade Expo Internasional (TEI) yang

diselenggarakan oleh LaCorre dan Yayasan Sekolah Ekspor yang bekerjasama dengan Kementerian Perdagangan dan kementerian luar negeri. Cara berikutnya dengan mencari buyer secara online melalui platform sosial media dan marketplace. Berikut link dari MyJewellery.id yang sudah melakukan pemasaran di Market Ekspor

<https://www.marketekspor.com/product/gelang-batu-alam-myjewellery-id-batu-biru/>

<https://www.marketekspor.com/product/gelang-manik-manik-myjewellery-id-manik-manik-aurora/>

### 3.5. Program Pengurusan Dokumen Ekspor

#### 3.5.1. Surat Izin Ekspor

Dalam Pasal 1 angka 2 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2017 dijelaskan mengenai cara Pembayaran Barang dan Cara Penyerahan Barang Dalam Kegiatan Ekspor Impor (selanjutnya disebut PP 29/2017) ekspor diartikan sebagai kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. Syarat-syarat eksportir produsen adalah mengisi formulir isian yang disediakan oleh Dinas Perindag, Izin Usaha Industri, NPWP, dan laporan realisasi ekspor.

#### 3.5.2. Commercial Invoice atau Faktur Perdagangan

Dokumen yang memiliki fungsi sebagai bukti adanya suatu transaksi yang sudah dilakukan, bisa disebut juga sebagai penagihan yang dibuat oleh eksportir untuk importir. Dalam Invoice ini wajib mencantumkan nomor dan tanggal invoice dibuat, nama barang, harga barang, total harga, nama eksportir, alamat eksportir dan rekening jika diperlukan.

#### 3.5.3. Packing List

Berisikan dokumen mengenai rincian barang ekspor yang sesuai dengan invoice yang dibuat oleh eksportir. Fungsi packing list untuk mengetahui isi barang dalam kontainer jika ada pemeriksaan. Dokumen ini bisa disebut dengan surat jalan. Packing list memuat mengenai informasi nama barang, nomor dan tanggal barang dibungkus, jumlah kemasan (pack, pcs, ikat, kaleng, karton, karung dll), berat bersih, dan berat kotor.

#### 3.5.4. Bill of Lading atau Air Waybill

Dokumen yang digunakan sebagai bukti pengangkutan dan dikeluarkan untuk membuktikan secara tidak langsung telah terjadinya perjanjian pengangkutan, dalam hal perjanjian tersebut dilakukan secara lisan atau tidak dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis. Perjanjian pengangkutan dapat berbentuk tiket penumpang atau dokumen.

### 3.5.5. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

PEB bertujuan untuk menjamin legalitas bahwa barang yang diekspor sah atau legal dan memudahkan pihak Bea dan Cukai mendokumentasi, memudahkan administrasi ekspor dan memudahkan pencatatan data statistic kegiatan ekspor. Berikut pengurusan dokumennya:

- Memberikan informasi barang yang akan diekspor seperti nama dan alamat eksportir, nilai invoice, HS Code, pelabuhan asal dan pelabuhan tujuan.
- Mendaftarkan PEB kurang lebih 7 hari sebelum tanggal pengiriman dan paling lambat sebelum barang memasuki kawasan pabean. Pendaftaran ini menyertakan packing list, bukti bayar pendapatan negara bukan pajak (PNBP), bukti bayar bea keluar. Melunasi pajak ekspor jika barang dikenai pajak ekspor. Hal ini perlu diperhatikan secara teliti guna meminimalisir terjadinya kesalahan, karena disetiap kesalahan akan dianggap sebagai bentuk dari penyimpangan yang dianggap secara disengaja.

## 3.6. Program Logistik

### 3.6.1. Proses Penyimpanan

Produk MyJewellery.id disimpan pada tempat distributor gelang yang kami ajak untuk bekerja sama. Selain itu ada sebagian produk yang disimpan pada alamat perusahaan MyJewellery.id yang berada pada perumahan Solo Residence yang terletak di Jl. Menco Raya Gonilan kec. Kartasura Kab. Sukoharjo. Penyimpanan dilakukan untuk mengamankan produk dari paparan sinar matahari yang memungkinkan terjadinya warna yang kontras pada produk jika terkena paparan sinar matahari langsung.

### 3.6.2. Proses Pengiriman

Pengiriman produk melalui jalur darat dan air. Pengiriman jalur darat menggunakan mobil, truk box untuk mengantarkan produk ke pelabuhan dan proses pengiriman akan dilanjutkan dengan kapal cargo. Mengingat produk kami masih baru dan perusahaan yang kami dirikan masih kecil belum mampu untuk melakukan pengiriman secara besar-besaran. Oleh karena itu hal yang kami lakukan adalah mengikuti asosiasi dari para eksportir yang akan melakukan ekspor ke negara yang sama, dengan adanya asosiasi ini sangatlah membantu bagi para eksportir baru yang akan memulai untuk mengeksport produknya.

## 4. KESIMPULAN

Dari sub program Studi Independent Bersertifikat dengan mitra PT LaCorre Loka Maya melalui pembelajaran mengenai kegiatan ekspor maka terbentuklah PT Abha Kamala yang membantu beberapa UMKM yang ada di Night Market Ngarsopuro untuk menembus ke pasar internasional dengan target pasar utamanya negara Malaysia. Pemasaran yang dilakukan yaitu pemanfaatan teknologi digital dengan melakukan branding dan promosi produk ke platform sosial media dan marketplace. Selain dari pemasaran kami juga merencanakan mengenai program logistik dan dokumen ekspor yang harus dipenuhi sebagai syarat melakukan ekspor. Melalui pembelajaran dari PT LaCorre Loka Maya memberikan manfaat positif untuk memfasilitator dan membantu para UMKM untuk berkontribusi meningkatkan kegiatan ekspor di negara Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bea Cukai. (2022). Dukung UMKM Ekspor, Bea Cukai Lakukan Business Matching dengan Pembeli Asal Luar Negeri. Beacukai. <https://www.beacukai.go.id/berita/dukung-umkmekspor-bea-cukai-lakukan-business-matching-dengan-pembeli-asal-luarnegeri.html#:~:text=Kepala Subdirektorat Humas dan Penyuluhan,dan juga calon mitra investor.>
- [2] Ekspor, S. (2022). Booklet Sekolah Ekspor. Yayasan Sekolah Ekspor Nasional.
- [3] Joewono, H. (2011). The 5 Arrows of Marketing. Bhuana Ilmu Populer-Pustaka Bisnis.
- [4] Joewono, H. (2015). The 5in1 Arrows of Export Management.
- [5] <https://belajar.lacorre.co/>
- [6] <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/>
- [7] Kementerian Perdagangan. (2017). Statistik Perdagangan Luar Negeri. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- [8] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022, Desember 26). Panduan Ekspor. [http://djpen.kemendag.go.id/app\\_frontend/links/65-panduan-ekspor.](http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/links/65-panduan-ekspor.)
- [9] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). Produk Unggulan Indonesia. <http://ppejp.kemendag.go.id/produk-unggulan-indonesia/>

- [10] KEMENKOP UKM. (2022, Oktober 15). KIAT MEMPERLUAS JARINGAN BISNIS MELALUI PASAR EKSPOR. Diambil kembali dari Kementerian Koperasi dan UKM: <https://smesta.kemerkopukm.go.id/kiat-memperluas-jaringan-bisnis-melalui-pasarekspor/>