



Membentuk Wirausaha Milenial Dibidang Ekspor Dan Impor Untuk Meningkatkan Daya Saing Global

I Wayan Kartana^{1*} | Made Suniastha Amerta¹ | Partiwi Dwi Astuti¹ | I Made Wianto Putra¹ |
I Ketut Darma¹ | Nguyen Hoang Nam²

1. Universitas Warmadewa, Indonesia
2. National Economics University, Vietnam

Correspondence address to:

I Wayan Kartana, Manajemen
Universitas Warmadewa,
Indonesia

email address:
wkartana@gmail.com

Abstrak. Adanya perkembangan teknologi informasi 5.0 dan ide kreatif generasi muda, komoditi yang selama ini di pasarkan di Marketplace Dalam Negeri seperti Shopee, bukalapak, Tokopedia, dan lain-lain. Agar dilakukan ekspansi ke Markeplace global seperti Amazon, Alibaba, Walmart, dan lain-lain. Tim Pengabdian pada Masyarakat Univesitas warmadewa mengadakan pelatihan kepada generasi melinial yaitu Karang Taruna Banjar Buaji Anyar dan Banjar Merta Rauh untuk mengatasi permasalahan mitra yang ditemukan yaitu: (1) Kurangnya pemahaman generasi milenial dalam kegiatan ekspor impor. (2) Kurangnya pemahaman generasi milenial dalam memasarkan produk secara global. (3) Peluang ekspor dan impor yang sangat menguntungkan. Adapun solusi yang ditawarkan terkait dengan penyelesaian masalah mitra pada Karang Taruna Banjar Buaji Anyar dan Banjar Merta Rauh adalah sebagai berikut: (1) Memberikan pelatihan di bidang ekspor dan impor. (2) Memberikan pelatihan cara memasarkan produk secara global. (3) Memberikan pelatihan produk-produk lokal yang diminati secara global. Pemaparan materi disampaikan oleh I Nyoman Mangku Surya dari ASEPHI Bali, yang menjelaskan tentang cara “Memulai Ekspor dan Mindset Ekspor untuk Pemula”. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, jumlah peserta yang hadir kurang lebih 20 orang yang berasal dari Karang Taruna Banjar Buaji Anyar dan Banjar Merta Rauh. Kegiatan diikuti dengan antusias, pada sisi diskusi banyak peserta menyampaikan permasalahan terutama terkait dengan pemasaran dan berharap kegiatan ini perlu terus dilanjutkan serta dikembangkan.

Kata Kunci: ekspor; impor; marketplace; generasi milenial.



This article published by, Universitas Warmadewa is open access under the term of the Creative Common, CC-BY-SA license

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam era globalisasi, kegiatan ekspor-impor menjadi bagian *integral* dari pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ekspor adalah pembelian negara lain atas barang buatan perusahaan-perusahaan di dalam negeri (Susilo, 2013). Faktor terpenting yang menentukan ekspor adalah kemampuan dari Negara tersebut untuk mengeluarkan barang-barang yang dapat bersaing dalam pasaran luar negeri (Nur et al., 2018). Selain itu ekspor juga diartikan sebagai kegiatan pengiriman barang keluar dari daerah pabean Indonesia memasuki daerah pabean negara lain dengan aturan-aturan tertentu mengenai barang dan sistem pengangkutannya (Amir, 2013). Generasi milenial, yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki peran yang signifikan dalam mendorong dan mengubah dinamika perdagangan internasional. Mereka membawa serta pandangan baru, keterampilan teknologi, dan sikap yang inovatif, yang dapat mengubah lanskap bisnis global. Generasi milenial tumbuh dalam era digital, di mana teknologi informasi dan komunikasi memainkan peran sentral dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi banyak mengubah cara seseorang atau organisasi dalam melaksanakan pekerjaannya. Teknologi informasi juga membantu seseorang atau organisasi dalam menyelesaikan pekerjaan atau aktivitasnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa, *system quality, service quality, and facilitating conditions* berpengaruh terhadap *user satisfaction, service quality* dan *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *use*, dan *user satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *perceived net benefit* (Kartana et al., 2023). Perkembangan ini telah menciptakan transformasi digital dalam kegiatan ekspor dan impor. *Platform e-commerce*, teknologi logistik canggih, dan analisis data menjadi kunci dalam mempercepat rantai pasok global. Pelaku bisnis milenial menerapkan strategi berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan mencapai pasar internasional dengan lebih efektif.

Pentingnya generasi milenial dalam konteks ekspor-impor tidak dapat diabaikan. Sebagai kelompok yang tumbuh dalam era teknologi digital, generasi ini memiliki akses cepat terhadap informasi global, konektivitas yang luas melalui media sosial, dan kecenderungan untuk mengadopsi teknologi terbaru. Pendekatan mereka terhadap bisnis, inovasi, dan kolaborasi menciptakan peluang baru serta tantangan yang perlu dijelajahi dalam mengembangkan sektor ekspor-impor. Pola konsumsi generasi milenial juga berdampak pada jenis produk dan layanan yang diperdagangkan secara global. Preferensi mereka terhadap produk ramah lingkungan, inovatif, dan berorientasi pada nilai-nilai sosial menciptakan peluang baru dalam perdagangan internasional. Negara-negara yang mampu menghasilkan dan menawarkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai generasi milenial dapat memanfaatkan pasar global dengan lebih baik.

Negara Indonesia memiliki potensi ekspor dan impor yang cukup besar, namun saat ini pertumbuhan eksportnya semakin lemah dan kehilangan daya saing di Pasar Internasional maupun Domestik. Hal ini dicerminkan dari nilai impor dari Tahun ke Tahun yang meningkat. Belum lagi persaingan produk domestik terhadap serangan produk impor di Pasar Dalam Negeri (Meiri dkk. 2013). Hal ini perlu diantisipasi, karena tujuan dari perdagangan luar negeri adalah meningkatkan mutu dan daya saing ekonomi nasional. Oleh karena itu, Indonesia harus terus berproses dengan serangkaian kebijakan yang diarahkan untuk membuka ekonomi domestik, dengan tujuan memperluas serta memperdalam integrasi dengan pelaku ekonomi di tingkat internasional atau global.

Langkah utama yang perlu diambil adalah menumbuhkan dan membangun jiwa kewirausahaan di kalangan anak bangsa, khususnya generasi muda atau yang dikenal sebagai generasi milenial menjadi pengusaha eksportir yang tangguh dan kompetitif. Eksportir adalah Orang atau Pengusaha yang mendapatkan izin untuk menjual atau mengirim hasil produksinya kepada pembeli

di Luar Negeri (Kobi, 2011). Menurut (Marolop, 2011) adapun barang yang masuk dalam kegiatan ekspor, dikelompokkan menjadi: (1). Barang yang diatur eksportnya, yaitu barang yang eksportnya hanya boleh dilakukan oleh eksportir terdaftar. Misalnya: kopi, tekstil , dan lembaran kayu, (2). Barang yang diawasi eksportnya, yaitu barang yang eksportnya hanya dapat dilakukan dengan persetujuan Menteri Industri dan Perdagangan. Misalnya: minyak, pupuk urea, limbah dan skrap, (3). Barang yang dilarang untuk eksportnya, yaitu barang yang tidak boleh diekspor. Misalnya ikan dalam keadaan hidup, benda cagar budaya, binatang alam dan tumbuhan alam. Jadi kegiatan bisnis ekspor dan impor ini merupakan peluang usaha yang cocok bagi generasi milenial dan pemerintah harus terus mendorong generasi ini untuk mengambil kesempatan ini, untuk memanfaatkan bonus demografi yang dimilikinya. Pemerintah Indonesia harus terus mencari terobosan, melakukan inovasi untuk mendorong generasi milenial tidak hanya sebagai pencari kerja tetapi sebagai pencipta lapangan kerja. Indonesia yang kaya akan sumber daya alam, sebagai negara kepulauan, jumlah penduduk sangat besar, maka usaha ekspor dan impor ini sangat menjanjikan.

Menurut data statistik nilai ekspor Indonesia Juli 2023 mencapai US\$20,88 miliar atau naik 1,36 persen dibanding ekspor Juni 2023. Dibanding Juli 2022, nilai ekspor turun sebesar 18,03 persen. Secara kumulatif, nilai ekspor Indonesia Januari–September 2023 mencapai US\$192,27 miliar atau turun 12,34 persen dibanding periode yang sama tahun 2022. Sementara ekspor nonmigas mencapai US\$180,48 miliar atau turun 12,89 persen. Sedangkan nilai impor Indonesia Juli 2023 mencapai US\$19,57 miliar, naik 14,10 persen dibandingkan Juni 2023 atau turun 8,32 persen dibandingkan Juli 2022 ([https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/08/15/1968/](https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/08/15/1968/) ekspor-juli-2023-mencapai-us-20-88-miliar, diakses Tahun, 2023).

Berdasarkan data statistik tersebut, potensi kreatif yang dimiliki oleh generasi muda dapat juga dimaksimalkan untuk meningkatkan kegiatan ekspor khususnya dari segi perluasan pangsa pasar (market share). Melalui ide kreatif mereka, komoditi yang selama ini diekspor dalam bentuk bahan baku diharapkan mampu diolah menjadi produk yang lebih bernilai secara ekonomi. Peningkatan ekspor juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan memasarkan produk pada marketplace global. Potensi finansial dari kegiatan ini akan menjadi motivasi tambahan karena sangat menguntungkan untuk diri sendiri, Bangsa dan Negara.

Pada era industri 5.0 saat ini, peran pemuda menjadi lebih besar dalam pergerakan ekonomi. Partisipasi aktif generasi milenial dalam perdagangan global tidak hanya berdampak pada aspek teknologi dan konsumsi, tetapi juga pada pengambilan keputusan dan kebijakan ekonomi. Keterlibatan mereka dalam perundingan perdagangan, advokasi untuk keberlanjutan, dan akses mereka ke jaringan global memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk arah perdagangan internasional. Hal ini karena banyaknya perusahaan berbasis pada internet marketing. Beberapa diantara mereka bahkan menjadi perusahaan dengan valuasi yang sangat besar seperti gojek, tokopedia, bukalapak, dll. Persamaan diantara semua perusahaan tersebut adalah model bisnis yang tidak dikenal oleh generasi sebelumnya. Generasi milenial dan internet saling mempengaruhi dalam produksi dan konsumsi. Melalui postingan di media sosial, mereka dapat mengubah hidup orang lain.

Meskipun generasi milenial membawa banyak peluang, mereka juga dihadapkan pada tantangan. Perubahan cepat dalam teknologi, ketidakpastian ekonomi global, dan isu-isu keberlanjutan menjadi beberapa aspek yang harus diatasi. Oleh karena itu, pembuat kebijakan perlu merancang strategi yang memfasilitasi perkembangan ekspor dan impor yang berkelanjutan, mengakomodasi kebutuhan generasi milenial.

Generasi milenial telah menjadi kekuatan pendorong utama di balik transformasi dalam perdagangan global. Pemahaman dan memanfaatkan keterampilan, nilai, dan preferensi mereka, kita

dapat membentuk masa depan perdagangan internasional yang lebih inklusif, inovatif, dan berkelanjutan. Keterlibatan generasi milenial dalam perencanaan dan implementasi kebijakan perdagangan menjadi suatu keharusan untuk meraih potensi penuh dari era perdagangan global ini. Mengingat kondisi tersebut kami Dosen FEB Unwar sebagai perwakilan dari Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Warmadewa bekerjasama dengan Economics National University Vietnam ingin berkontribusi dalam mewujudkan wirausaha milenial dibidang ekspor dan impor untuk meningkatkan daya saing global di Karang Taruna Banjar Buaji Anyar dan Banjar Merta Rauh.

Profile STT Yowana Dharma Banjar Buaji Anyar

STT Yowana Dharma merupakan perkumpulan remaja yang berada di Lingkungan Banjar Buaji Anyar Kelurahan Kesiman, Kecamatan Denpasar Timur. STT Yowana Dharma berlokasi di Jalan Akasia XVI Gang Ratna XI Kesiman Denpasar. Berdasarkan Hasil Pemilihan Ketua STT yang dilakukan secara demokratis, terpilih I Wayan Januarta sebagai Ketua. Jumlah anggota yang terdaftar 40 Orang, dengan profesi sebagai pelajar, mahasiswa, berwiraswasta dan sebagai karyawan/pegawai. STT Yowana Dharma merupakan kumpulan Truna-Truni yang inovatif dan kreatif, sehingga bisa berprestasi pada ajang-ajang lomba yang diikuti.



Gambar 1. Persiapan Lomba Ogoh-Ogoh



Gambar 2. Lomba Ogoh-Ogoh



Gambar 3. Produk-Produk Jualan Online STT Yowana Dharma

Berdasarkan daya kreasi yang dimiliki oleh STT Yowana Dharma, sangat potensial untuk dikembangkan menjadi pemasaran global melalui ekspor dan impor. Berdasarkan wawancara dengan Ketua STT, I Wayan Januarta, semenjak zaman Covid 19 dan adanya kemajuan teknologi banyak anggota STT melakukan usaha jualan online untuk memperoleh penghasilan tambahan. Menurut pernyataan Ketua STT sampai saat ini belum ada baik dari pihak kampus maupun institusi/Lembaga lainnya yang telah memberikan pengabdian dalam bentuk pelatihan ekspor dan impor

Profile STT Eka Pramana Banjar Merta Rauh

Skaa Truna Truni Eka Pramana Banjar Merta Rauh beralamat di Jalan Trijata II No.10, Tonja, Kecamatan, Denpasar Utara, Kota Denpasar. STT Truna Truni Eka Pramana di Ketuai oleh I Gede Arsa Gunawan dengan Jumlah Anggota 120 Orang. Sama seperti STT Lainnya di Bali, STT Eka Pramana juga sangat kreatif dan inovatif, berbagai lomba di ikuti seperti loma ogoh-ogoh, laying-layang dan lomba memperingati Kemerdekaan RI serta bulan Bahasa. Berikut produk-produk kreatif STT Eka Pramana.



Gambar 4. STT Eka Pramana



Gambar 5. STT Eka Pramana

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua STT Eka Pramana, Banjar Merta Rauh, banyak angota STT yang mengeluti usaha penjualan secara *online*. Usaha online yang ditekuni oleh anggota STT Eka Pramana masih merupakan kegiatan sambilan yang lingkup pemasarannya masih lokal. Adapun media sosial yang kebanyakan digunakan berupa *instagram*, *tiktok*, *facebook* dan *WhatsApp*. Jadi STT ini merupakan wadah untuk menampung generasi muda menuangkan ide-ide kreatif, seperti membuat ogoh-ogoh, layang-layang, kesenian seperti seni tabuh, tari dan lain-lain. Ide-ide kreatif ini terus didorong dan diwadahi oleh pemerintah lewat lomba ogoh-ogoh, lomba layang-layang, lomba beleganjur dan lain-lain. Kami dari Tim pengabdian kepada Masyarakat Universitas Warmadewa dan Tim dari Economic National University Vietnam mewadahi ide-ide kreatif dari STT ke arah ekonomi atau income generating berupa pelatihan ekspor-impor memanfaatkan platform-digital marketing. Ada beberapa platform yang biasa digunakan untuk melakukan pemasaran secara global seperti: Alibaba, Amazon.com, Worldtrade, Ebay, Goorita, UKMINDONESIA.ID dan lain-lain.

Beragamnya persoalan atau permasalahan mitra yang ditemukan, maka tim pengabdian dengan skema program kemitraan masyarakat hanya berfokus pada aspek kegiatan bisnis global sebagai berikut:

- Kurangnya pemahaman generasi milenial dalam kegiatan ekspor impor
- Kurangnya pemahaman generasi milenial dalam memasarkan produk secara global
- Peluang ekspor dan impor yang sangat menguntungkan

Adapun solusi yang ditawarkan terkait dengan penyelesaian masalah mitra Karang Taruna Banjar Buaji Anyar dan Banjar Buaji Sari adalah sebagai berikut:

- Memberikan pelatihan di bidang ekspor dan impor
- Memberikan pelatihan cara memasarkan produk secara global
- Memberikan pelatihan produk-produk lokal yang diminati secara global

METODE

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa dan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Economic National University Vietnam akan melakukan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM), metode pelaksanaannya dibagi menjadi beberapa tahap, alur pelaksanaan dilakukan lima tahap secara berurutan seperti berikut:

Tahap Penetapan

Pada tahap penetapan ini Tim PKM menentukan lokasi kegiatan PKM. Berdasarkan hasil survei PKM ditentukanlah di Banjar Buaji Anyar dan Banjar Merta Rauh. Survei kedua yaitu pertemuan dengan Pengurus Banjar dan Ketua STT untuk meminta persetujuan sebagai mitra dalam pengabdian kepada Masyarakat. Kedua Pengurus Banjar dan Ketua STT bersedia sebagai mitra dan disepakati akan dipilih beberapa Pengurus dan Anggota Skaa Truna Truni untuk mewakili kegiatan pengabdian ini. Kemudian, menentukan Pembicara untuk memberikan pelatihan terkait dengan kegiatan PKM tersebut, menyusun modul dan Materi untuk kegiatan PKM, menyebarluaskan Surat undangan kepada pihak-pihak terlibat dalam pelaksanaan PKM, serta disetujui kontrak proposal yang telah dibuat.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan yang dilakukan tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu: (1) Menyiapkan susunan acara, Konsumsi dan Tempat pelaksanaan PKM, (2) Pemaparan masing-masing pemakalah, (3) Sesi Diskusi.

Tahap Evaluasi

Evaluasi program PKM ini dilakukan secara berkala setelah kegiatan berakhir, evaluasi yang dilakukan meliputi: (1) Membentuk Whatshaap Group sebagai sarana pendampingan bagi generasi milenial dalam rangka melaksanakan kegiatan ekspor dan impor, (2) Evaluasi dari seluruh peserta ikut program PKM ini, berapa persen berhasil merintis kegiatan ekspor dan impor, (3) Menyebarluaskan kuesioner kepada peserta PKM sebagai evaluasi untuk pelaksanaan PKM berikutnya.

Tahap Pengendalian

Tahap Pengendalian adalah proses yang memastikan bahwa semua kegiatan yang telah direncanakan dapat berjalan dengan baik, sesuai dengan rencana, dan menghasilkan hasil yang diinginkan. Jadi, tahapan yang dimulai dari proposal atau tahap penetapan, kemudian dibuatkan jadwal kegiatan, lalu menghubungi pembicara, sampai acara tersebut terlaksana dan dapat selesai dengan baik.

Tahap Peningkatan

Pada tahap ini hasil masukan dari peserta, bahwa kegiatan ini dapat terus dilanjutkan dan ditingkatkan untuk di masa yang akan datang. Kegiatan ini juga akan melibatkan lebih banyak generasi muda khususnya Sekaa Teruna Teruni dan lingkup daerah yang lebih luas.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan PKM dilaksanaan pada hari Jumat, 26 Juli 2024 secara langsung di Ruang Sri Wijaya Mahadewi Gedung Pascasarjana, Universitas Warmadewa. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, jumlah peserta yang hadir 20 orang yang berasal dari STT Yowana Dharma dari Banjar Buji Anyar, Kelurahan Kesiman Dps. dan STT Eka Pramana dari Banjar Merta Rauh.



Gambar 6. Peserta

Turut hadir Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yaitu Dr. Partiwi Dwi Astuti, SE., M.Si., Ak., CA yang juga memberikan sambutan di kegiatan pengabdian ini. Kemudian kegiatan dibuka oleh Dekan Fakultas Pascasarjana Universitas Warmadewa yaitu Prof. Dr. Ni Luh Mahendrawati, SH., M.Hum. dan dilanjutkan oleh laporan dari Ketua Panitia Pengabdian Masyarakat yaitu Dr. I Made Suniastha Amerta, SS., M.Par.



Gambar 8. Sambutan Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh I Nyoman Mangku Surya dari ASEPHI Bali, yang menjelaskan tentang cara “Memulai Ekspor dan Mindset Ekspor untuk Pemula”.



Gambar 9. Pemaparan Materi

Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia (ASEPHI) merupakan organisasi yang menjadi payung bagi para pelaku dunia kerajinan mulai dari perajin, produsen, pedagang dan eksportir produk kerajinan di Indonesia mulai dari pemula hingga pengusaha bertaraf dunia berdiri sejak tahun 1975.



Gambar 11. Logo ASEPHI

ASEPHI bekerjasama dengan pemerintah serta asosiasi lain dunia usaha nasional, regional serta internasional untuk jejaring atau business portal kepada para anggota, dan menjadi bagian dalam pengumpulan dan penyebaran informasi usaha terutama dalam bidang ekspor dan kreatifitas handicraft Indonesia, serta ikut serta dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan.

Ekspor merupakan pengiriman barang dagangan ke luar Negeri. Secara undang-undang ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean, yaitu wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan dan ruang udara diatasnya, serta tempat-tempat tertentu di zona ekonomi ekslusif dan landas kontinen yang di dalamnya berlaku undang-undang kepabeanan. Untuk memulai eksport pertama yang harus dimiliki adalah eksport mindset yaitu: Mampu untuk mengukur kemampuan usaha; Memulai sesuatu dengan sistem langkah yang bertahap; Kejujuran dan Trust; Yakin dan Fokus. Adapun Langkah-langkah memulai eksport bagi pemula: Menetapkan produk andalan yang akan di eksport; Menentukan negara tujuan dagang; Kenali produk pesaing; Menentukan kwalitas/perbedaan produk andalan; Mempersiapkan bahan promosi atau *advertising*; Mempersiapkan syarat-syarat eksportir; Menentukan harga produk; Memanfaatkan teknologi digital; Bangun jejaring business portal; Lakukan promosi dengan metode – metode menurut kemampuan; Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan tanya jawab dari peserta.



Gambar 12. Dokumentasi Tanya Jawab

Menurut Nyoman Mangku Surya untuk memulai suatu usaha ekspor, yang pertama dilakukan adalah mengumpulkan informasi tentang produk sebanyak mungkin. Pengumpulan informasi ini bisa dilakukan dengan mendatangi pengrajin langsung atau *searching* di website mengenai tren produk yang diminati secara global. Lakukan analisis mendalam mengenai produk yang akan dipilih, terutama terkait kontinuitas bahan baku, produksi dan kebutuhannya. Menurut Bapak Mangku Surya, saat kita berproses pasti banyak halangan dan rintangan, serta sering gagal, tetapi harus tetap fokus sampai memahami *role* yang pas sehingga semua risiko bisa diantisipasi dan semua peluang bisa dimaksimalkan, serta mampu menciptakan inovasi baru untuk memberi nilai tambah. Agar usaha yang kita rintis terus berkelanjutan, menurut Bapak Mangku Surya harus terus dilakukan inovasi seperti produk kerajinan dari batu yang digelutinya yang awalnya hanya dipakai sebagai barang seni untuk pajangan diinovasikan lebih fungsional untuk tempat menaruh snack atau barang lainnya sehingga barang ini bisa rusak dan patah yang berdampak pada terus adanya permintaan barang tersebut.

Apa yang dilakukan oleh Bapak Mangku Surya sesuai dengan penjelasan *Economic Development Theory*, *Lazzarotti et al.* (2011) bahwa tahapan inovasi ada tiga yaitu: (1) *The Invention Stage* artinya merujuk pada penciptaan ide, di mana ide-ide baru dihasilkan; (2) *The Innovation Process Stage* artinya ide-ide baru digunakan untuk mengembangkan atau mengubah produk atau proses; (3) *Diffusion Stage* artinya di mana produk atau proses baru tersebut diperkenalkan ke pasar yang lebih luas. Bapak Mangku Surya berperan dalam memperkenalkan produk atau proses inovatif yang telah dikembangkan kepada pasar yang lebih luas. Upaya beliau dalam menyebarluaskan inovasi ini mencakup strategi pemasaran yang efektif, membangun jaringan distribusi yang kuat, dan melakukan edukasi kepada konsumen atau pelaku pasar mengenai manfaat dan keunggulan dari produk atau proses baru tersebut. Dengan demikian, Bapak Mangku Surya berkontribusi pada adopsi dan penyebaran inovasi yang lebih luas, mendukung pertumbuhan ekonomi melalui pemanfaatan ide-ide baru yang telah diolah dan diuji coba.

Penerapan Teknologi dan Inovasi Kepada Masyarakat (Relevansi dan Partisipasi Masyarakat)

Inovasi dalam desain produk kerajinan batu dapat menjadikannya lebih dari sekadar barang seni. Seperti menurut Bapak Mangku Surya, dengan mengubah fungsi dari hanya pajangan menjadi tempat menaruh snack, lilin aroma terapi / *aroma oil diffuser*, lampu taman dan barang lainnya, produk ini menjadi lebih relevan dalam kehidupan sehari-hari konsumen, dan meningkatkan nilai guna serta daya tarik dari produk tersebut.



Gambar 14. Jar Small, Aroma Oil Difusser dan Garden Lantern

(Sumber : <https://inbalistone.com/shop/>)

Penerapan teknologi pada produk kerajinan batu yang dimiliki oleh Bapak Mangku Surya melibatkan berbagai aspek yang dapat meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan daya tarik pasar. Menurut Bapak Mangku Surya, ada beberapa cara untuk mempersiapkan bahan promosi atau advertising, yaitu sebagai berikut: (1) Membuat company profile; (2) Membuat foto produk semenarik mungkin; (3) Membuat catalog; (4) Membuat telling story dari produk. Menurut Mustaufik et.al, (2024) yang menyatakan bahwa, pentingnya menciptakan *brand storytelling* terletak pada upaya membuat narasi semenarik mungkin yang mengarah pada opini positif tentang produk tersebut. Ini bertujuan agar calon pembeli dapat mengenali produk sebagai kebutuhan yang ingin mereka beli. Selain memperkuat produk yang sudah ada, *brand storytelling* juga menambahkan cerita menarik yang membuat calon pembeli merasa lebih membutuhkan produk dan akhirnya membelinya. Kemudian manfaatkan teknologi digital seperti *website*, *social media*, elektronik documentation, elektronik administration, elektronik accounting. Penggunaan media sosial di kalangan para pebisnis ataupun pengusaha memiliki potensi besar dalam pemasaran produk mereka. Itu dikarenakan media sosial merupakan sekumpulan atau beberapa aplikasi berbasis internet yang mampu menyediakan kemampuan dalam bentuk teknologi dan ideologi yang memungkinkan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna (Stelzner, Michael A. (2016).

Dalam konteks bisnis, keterlibatan manusia harus terjadi melalui aplikasi digital untuk menciptakan keuntungan. Untuk mengatasi lambat atau menurunnya penjualan, serta daya beli masyarakat yang belum sepenuhnya pulih, penting bagi para pengusaha untuk memanfaatkan sesuatu yang terhubung dengan teknologi (Atmaja et al., 2019). Bapak Mangku Surya sendiri untuk usahanya membangun jejaring business portal berupa membuat web online khusus untuk pemesanan kerajinan batu miliknya (<https://inbalistone.com/shop/>). Dengan memanfaatkan teknologi digital ini secara efektif, Bapak Mangku Surya dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Ini tidak hanya membantu dalam mengelola *online store* secara lebih profesional tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam pasar global.



Gambar 15. Membuat Company Profile

Bapak Mangku Surya juga menyampaikan dengan bergabung pada portal - portal business social media, seperti: LinkedIn, Alibaba, *Hong Kong Trade Development* (HKTDC), dan sejenisnya, juga dapat memberikan banyak manfaat untuk suatu perkembangan bisnis.

Salah satu contoh platform belanja online yang dapat digunakan adalah Alibaba.com. Alibaba.com adalah platform e-commerce B2B (*Business-to-Business*) yang memfasilitasi perdagangan antara perusahaan-perusahaan dari seluruh dunia. Didirikan pada tahun 1999 oleh Jack Ma dan timnya, Alibaba.com memungkinkan bisnis untuk membeli dan menjual barang dalam jumlah besar secara global.



Gambar 16. Logo Alibaba.com

Platform ini menawarkan berbagai kategori produk, mulai dari bahan mentah hingga barang jadi, dan melayani berbagai jenis industri. Selain itu, Alibaba.com menyediakan alat dan layanan untuk membantu bisnis dalam proses pemesanan, pembayaran, dan logistik. Berdasarkan laman resmi Alibaba.com, ada beberapa langkah awal untuk perusahaan memulai berjualan lintas-negara. Tahapan untuk memasarkan produk melalui marketplace yaitu: Mendaftar Akun dengan Kunjungi situs web Alibaba.com; klik pada tombol "Join Free" atau "Daftar"; Isi informasi yang diperlukan seperti nama perusahaan, alamat email, dan kata sandi. Anda juga mungkin diminta untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang bisnis Anda; Setelah pendaftaran, verifikasi email Anda jika diperlukan.

Tahap berikutnya Mengisi Profil Bisnis; Setelah login, lengkapi profil perusahaan Anda dengan informasi seperti nama perusahaan, jenis bisnis, dan produk yang ditawarkan; Pastikan untuk menambahkan deskripsi yang jelas dan menarik tentang produk atau layanan Anda; Mengatur Toko Online dengan membuat halaman produk dengan menambahkan gambar, deskripsi, harga, dan informasi lainnya serta gunakan fitur-fitur yang tersedia untuk menonjolkan produk Anda dan menarik perhatian pembeli; Menentukan Model Bisnis dengan pilih apakah Anda ingin menjual produk secara grosir (B2B) atau dalam jumlah kecil (B2C) kemudian tentukan harga dan metode pembayaran yang akan diterima. Tahap selanjutnya memulai Pemasaran yaitu gunakan alat promosi yang disediakan oleh Alibaba untuk meningkatkan visibilitas produk Anda, seperti iklan berbayar atau penawaran khusus serta aktif berkomunikasi dengan calon pembeli dan tanggapi pertanyaan

mereka dengan cepat. Tahapan terakhir mengelola transaksi dan pengiriman yaitu atur sistem pembayaran dan pengiriman yang efisien dan pastikan untuk memberikan layanan pelanggan yang baik dan memenuhi komitmen pengiriman tepat waktu.

Adapun kiat-kiat untuk mendapatkan banyak pesanan dari platform Alibaba.com, antara lain:

diversifikasi produk; *copywriting* produk yang menarik; deskripsi produk menggunakan video visual; sering melakukan *follow up* pada calon pembeli; manfaatkan analisa pasar dari Alibaba.com dan rutin melakukan update produk. Partisipasi masyarakat sendiri merupakan kunci dalam penerapan teknologi agar inovasi yang diperkenalkan benar-benar diterima dan dimanfaatkan. Ini mencakup keterlibatan pengguna dalam uji coba, umpan balik, dan adopsi produk. Partisipasi juga mencakup pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat untuk memanfaatkan teknologi secara efektif.

Impact (Kebermanfaatan dan Produktivitas)

Produk kerajinan batu yang dibuat oleh Bapak Mangku Surya bisa dibilang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal. Dengan memasarkan produknya, ia tidak hanya menghasilkan pendapatan bagi dirinya sendiri tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Kegiatan ini membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas lokal dan memperkuat perekonomian daerah.



Gambar 17. Statue Traditional dan Wall Relief

(Sumber : <https://inbalistone.com/shop/>)

Kerajinan batu milik Bapak Mangku Surya sering kali melibatkan teknik dan desain tradisional yang kaya akan nilai budaya. Dengan melestarikan metode tradisional dan motif khas, produk ini berperan dalam mempertahankan warisan budaya dan seni lokal yang mungkin terancam punah. Dengan dedikasi dan keterampilan yang tinggi, Bapak Mangku Surya mampu menghasilkan produk kerajinan batu yang berkualitas tinggi. Kualitas ini berkontribusi pada reputasi dan daya saing produk di pasar, baik lokal maupun internasional.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada hari Jumat, 26 Juli 2024, di Ruang Sri Wijaya Mahadewi Gedung Pascasarjana, Universitas Warmadewa, melibatkan 20 peserta dari STT Yowana Dharma dan STT Eka Pramana. Kegiatan ini berfokus pada pemaparan materi oleh I Nyoman Mangku Surya dari ASEPHI Bali mengenai "Memulai Ekspor dan Mindset Ekspor untuk Pemula." ASEPHI, sebagai organisasi yang mendukung pelaku dunia kerajinan di Indonesia, bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mempromosikan ekspor dan pengembangan kewirausahaan. Materi yang disampaikan mencakup langkah-langkah memulai ekspor, termasuk penetapan produk, penentuan pasar tujuan, dan pemanfaatan teknologi digital.

Bapak Mangku Surya menekankan pentingnya inovasi dan pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya tarik dan fungsi produk kerajinan batu. Inovasi tersebut tidak hanya membuat produk lebih relevan tetapi juga meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing. Penerapan teknologi digital seperti website dan media sosial dianggap krusial untuk memperluas jangkauan pasar dan mengelola operasional bisnis dengan lebih baik.

Selain itu, Bapak Mangku Surya juga menyoroti pentingnya partisipasi masyarakat dalam penerapan teknologi agar inovasi dapat diterima dan dimanfaatkan dengan baik. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal dan pelestarian budaya melalui pemanfaatan teknik dan desain tradisional dalam produk kerajinan batu. Secara keseluruhan, PKM ini berhasil memberikan wawasan berharga tentang ekspor dan inovasi dalam kerajinan, serta dampak positif terhadap ekonomi dan budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. S. (2013). Ekspor Impor Teori dan Penerapannya. Penerbit Lembaga Manajemen PPM.
- Atmaja, S., Irawati, W., Sugiyarti, L., & Dewi, E. (2019). Financial Management In Improving Welfare Of Fish Farmers In Jampang Village, Bogor. In The 1st Workshop on Multimedia Education, Learning, Assessment and its Implementation in Game and Gamification in conjunction with COMDEV 2018. European Alliance for Innovation (EAI).
- Lazzarotti, F., Dalfovo, M. S. and Hoffmann, V. E. (2011). A Bibliometric Study of Innovation Based on Schumpeter. Journal of Technology Management & Innovation 6(4).
- Kartana, I. W., Ariasih, I. K. E., Yudha, C. K. (2023). Integrasi Succes Model Dengan Utaut Dalam Menguji Kesuksesan Implementasi Sistem Pelayanan Pajak Berbasis Web. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa.
- Kobi, D. S. . (2011). Buku Pintar Transaksi Ekspor-Impor. CV. Andi Offset.
- Nur, R. H., Poernomo, E., & Waluyo, M. (2018). Bisnis Ekspor Impor. CV Selembar Papyrus. <http://eprints.upnjatim.ac.id/7881/>
- Marolop, T. (2011). Aspek dan Prosedur Ekspor-Impor. Salemba Empat.
- Meiri A, Nurmaliha R, Rifin A. 2013. Analisis perdagangan kopi Indonesia di pasar internasional [Internet]. [diunduh tanggal 19 Desember 2019] J Tanam Ind dan Penyegar. 4(1):39–46. Tersedia dari: <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/bultri/article/view/2378/2066>.
- Stelzner, Michael A. (2016). Social Media Marketing Industry Report: How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses. Socal Media Examiner.
- Susilo, A. (2013). Panduan Pintar Ekspor-Impor. Trans Media.
- Badan Pusat Statistik, <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/08/15/1968/ekspor-juli-2023-mencapai-us-20-88-miliar>.