

SOSIALISASI ILMU EKSPOR KEPADA MAHASISWA ADMINISTRASI BISNIS UNIVERSITAS MULAWARMAN

Lis Karlina¹, Wira Bharata², Khairil Anwar³, Poppy Alvianolita Sanistasya⁴

Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman Samarinda

Email: linkarlina85@gmail.com¹, wrbharata@fisip.unmul.ac.id²,
khairil.anwar@fisip.unmul.ac.id³, poppyalvianolita@fisip.unmul.ac.id⁴

Article History: Submission: 08 Februari 2025; Revised: 10 Maret 2025; Published: 30 April 2025

Abstrak: Banyaknya pengusaha atau pebisnis di Indonesia yang tidak memanfaatkan peluang pasar global menjadikan nilai ekspor di Indonesia cukup rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Pentingnya melakukan sosialisasi ekspor kepada mitra yaitu mahasiswa sebagai agen perubahan yang akan berjuang meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara di masa depan. Tujuan sosialisasi ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta minat untuk terlibat dalam pasar internasional, khususnya dibidang ekspor terhadap 30 mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman. Metode yang dilakukan dalam webinar berupa program sosialisasi materi terkait ekspor menggunakan media online Zoom Meeting. Evaluasi dilakukan menggunakan Google Form yang diberikan kepada peserta. Berdasarkan evaluasi di akhir kegiatan sosialisasi, dapat disimpulkan bahwa peserta mahasiswa puas dengan materi terkait ekspor yang telah disampaikan. Dapat disimpulkan bahwa program sosialisasi ini berjalan sebagaimana mestinya dan sesuai seperti yang telah direncanakan.

Kata Kunci: Ekspor, Mahasiswa, Administrasi Bisnis

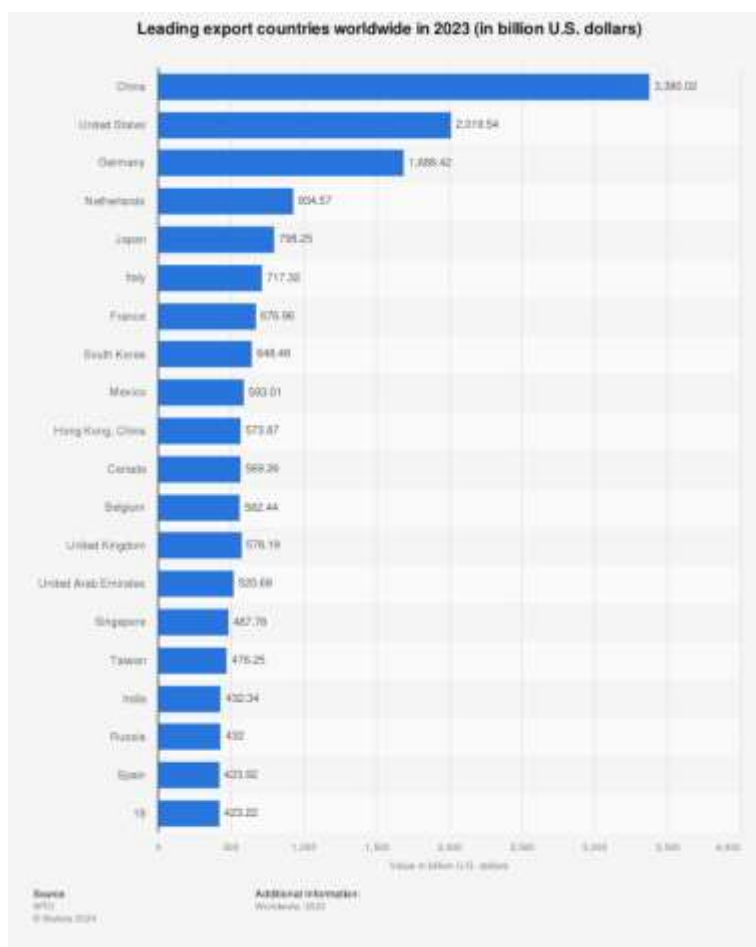
Abstract: The large number of entrepreneurs or businesspeople in Indonesia who are not optimal in taking advantage of global market opportunities means that the value of exports in Indonesia is quite low when compared to other countries. the importance of conducting export outreach to partners, namely students as agents of change who will fight increase the country's economic growth in the future. The aim of this socialization is to increase knowledge and skills as well as interest in being involved in international markets, especially in the export sector, for 30 Mulawarman University Business Administration students who of course have an interest in business. The implementation method used in the export-related material outreach program is through three stages. The first stage is preparation, the second is implementation, and the third is evaluation. Evaluation was carried out using a Google Form given to participants. Based on the evaluation at the end of the socialization activity, it can be concluded that the student participants were satisfied with the export-related material that had been delivered. It can be concluded that this socialization program is running as it should and as planned.

Keywords: Exports, Students, Business Administration

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, berbagai negara kini mengoptimalkan persaingan dalam perdagangan internasional dengan tujuan menumbuhkan perekonomian negara. Agar dapat bersaing dan bertahan di pasar global, pemahaman serta keterampilan mengenai ekspor tentu sangat diperlukan. Salah satu upaya dalam menghadapi persaingan global yaitu dengan menguasai kemampuan dalam perdagangan internasional, khususnya dalam bidang ekspor. Ekspor adalah kegiatan penjualan barang atau jasa ke negara lain (Nur et al. 2023).

Jika kegiatan ekspor meningkat maka produktifitas suatu negara akan meningkat pula, hal tersebut akan meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan populasi pengangguran tentunya akan berkurang (Ngatikoh & Isti'annah 2020). Bisnis di Indonesia masih banyak yang belum melihat nilai potensi pasar global (Rambe & Aslami 2022). Indonesia yang unggul dalam jumlah penduduk serta kekayaan alamnya hingga saat ini belum mampu menempati puncak penghasil ekspor terbesar di dunia. Merujuk pada data yang dikutip dari Statista menunjukkan bahwa penghasil ekspor terbesar pertama tahun 2023 diraih oleh Cina dengan nilai ekspor sebesar 3,380.02 Miliar US dollar dan Indonesia bahkan tidak masuk dalam dua puluh besar sedangkan Singapura yang merupakan salah satu negara kecil di ASEAN bertengger di posisi ke 15 (Gambar 1).



Gambar 1. Data Negara Eksportir Terkemuka 2023 (Sumber: statista.com)

Mahasiswa selaku “*Agent of Change*” atau agen perubahan yang tentunya memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi negara yang nantinya harus menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh pasar global di masa depan. Output yang diharapkan dari mahasiswa sebagai *agent of change* adalah tercapainya Indonesia Emas pada tahun 2045 (Ramadhani & Najicha 2021). Kurangnya pengetahuan dan keterampilan mahasiswa di bidang ekspor menjadi salah satu penghambat mahasiswa tidak menggeluti bidang ini setelah lulus dari masa perkuliahan. Itulah perlunya memberikan ruang kepada mahasiswa untuk mendapatkan pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan di bidang ekspor.

Program sosialisasi ekspor kepada mahasiswa ini merupakan sebuah inisiatif yang relevan dan tentunya bermanfaat. Adanya program ini, mahasiswa dapat diberikan pemahaman yang luas tentang berbagai aspek dalam ekspor, mulai dari proses pendaftaran sebagai eksportir, strategi pemasaran global, hingga logistik yang mendukung kegiatan ekspor. Mahasiswa diharapkan memiliki minat yang kuat untuk

terlibat dalam kegiatan ekspor baik sebagai pekerja, pendamping UMKM, maupun sebagai pengusaha atau eksportir yang sukses di masa depan. Dalam usaha meningkatkan jumlah eksportir, penulis melakukan program sosialisasi ekspor pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman.

Sosialisasi ekspor ini sangat penting untuk diselenggarakan kepada mahasiswa yang berkeinginan memiliki bisnis yang sukses besar di masa depan namun belum mengetahui bagaimana peluang ekspor dan bagaimana cara untuk melakukannya. Sebagaimana dunia bisnis di Indonesia harus mempertimbangkan prinsip pemasaran global untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi negara (Cahyani et al., 2023). Apa yang didapatkan oleh mahasiswa di program sosialisasi ini diharapkan dapat diterapkan oleh mahasiswa di masa depan nantinya sehingga ikut serta membantu mewujudkan Indonesia Emas 2045.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada masyarakat khususnya mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman dengan cara menyelenggarakan kegiatan sosialisasi Ilmu Ekspor. Program sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta minat mahasiswa untuk terlibat dalam pasar internasional, khususnya dibidang ekspor.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan di Universitas Mulawarman pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis. Program sosialisasi ini dikemas menjadi Webinar Bisnis yang dilaksanakan dengan memanfaatkan media *online* yaitu *Zoom Meeting*. Pelaksanaan program sosialisasi tentunya melibatkan Dosen Prodi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman sebagai salah satu solusi agar kegiatan dapat terlaksana secara efektif sehingga tujuan program ini dapat tercapai.

Pelaksanaan program sosialisasi ini melibatkan tiga tahapan antara lain tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi, yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Metode Pengabdian

Berikut penjelasan mengenai metode pengabdian yang diterapkan:

1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan atau pra-pelaksanaan program sosialisasi dengan mempersiapkan media beserta waktu pelaksanaannya dan juga materi yang akan disampaikan serta membuat poster untuk mengajak mahasiswa mengikuti kegiatan ini.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan yaitu terlaksananya program sosialisasi yang tersiri dari penyampaian materi, tanya jawab untuk memperdalam pemahaman mahasiswa, serta sesi *quiz* untuk mengukur pengetahuan yang didapatkan atau dipahami oleh mahasiswa dari materi yang telah disampaikan.

3. Tahap Evaluasi

Tahapan evaluasi atau pasca-pelaksanaan yang dilakukan dengan meminta umpan balik dari mahasiswa berupa kritik dan saran yang disampaikan melalui *Google Form* untuk mengetahui apakah kegiatan ini bermanfaat bagi peserta.

Pemateri sebagai mahasiswa yang mengikuti Program Studi Independen *Batch 6* di Yayasan Sekolah Ekspor Nasional yang bertanggung jawab dalam mengumpulkan informasi tentang tren ekspor, regulasi perdagangan internasional, dan praktik terbaik dalam ekspor yang tentunya telah dipelajari di program tersebut. Pemateri juga menyiapkan materi dengan mengemasnya dalam bentuk *microsoft power point* dan juga mempersiapkan diri sebagai pembicara yang menyampaikan materi kepada mahasiswa. Setiap sesi webinar dimulai dengan pengantar singkat yang disampaikan oleh moderator, diikuti dengan penyampaian materi inti secara sistematis dan interaktif. Mahasiswa diberi kesempatan untuk bertanya dan juga berdiskusi seputar ekspor yang dilakukan dengan menggunakan fitur suara maupun chat pada aplikasi. Pemateri tentunya menjelaskan dan menunjukkan website terkait yang mendukung kegiatan ekspor.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Program ini merupakan kegiatan sosialisasi kepada mahasiswa mengenai peluang bisnis global yang sangat besar dan tentunya bermanfaat bagi pertumbuhan perekonomian bangsa. Jika suatu negara ingin mempercepat laju pertumbuhan ekonominya maka salah satu solusinya ialah meningkatkan dan mempromosikan ekspor barang dan jasa (Hanifah 2022). Tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk menumbuhkan minat serta membekali mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa agar memiliki pengetahuan dan kemampuan yang mumpuni sehingga dapat terlibat

dalam perdagangan internasional khususnya di bidang ekspor. Sosialisasi ekspor yang berjalan secara efektif dapat menumbuhkan minat mahasiswa untuk menjadi seorang eksportir yang tentunya akan membantu mewujudkan Indonesia Emas 2045.

Pada persiapan atau pra-pelaksanaan, program direncanakan untuk dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 27 April 2024 dengan menggunakan media Zoom Meeting. Setelah didiskusikan bersama Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman maka ditentukanlah target peserta yaitu Mahasiswa Administrasi. Untuk menginformasikan adanya kegiatan ini kepada target peserta maka dilakukannya *on-boarding* dengan membuat poster kegiatan, yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Poster Kegiatan

Pada pelaksanaan kegiatan terdapat 30 mahasiswa yang berpartisipasi pada program ini. Webinar ini dimulai pukul 10.00 WITA yang dibuka oleh moderator yang kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi yang berlangsung hingga pukul 11.00 WITA. Materi pertama yang didapatkan oleh partisipan yaitu mengenai definisi ekspor secara umum mulai dari apa yang dimaksud ekspor hingga istilah-istilah yang sering digunakan dalam kegiatan ekspor (Gambar 4). Selanjutnya, pemateri memberikan penjelasan umum mengenai delapan hal penting yang menjadi acuan

seorang eksportir. Kedelapan materi tersebut merupakan kerangka yang menggambarkan secara jelas bagaimana proses ekspor berjalan.



Gambar 4. Penyampaian Materi Apa itu Ekspor

Fungsi penting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional, yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan ekonomi (Putri 2023). Perlunya memperhatikan sumber daya manusia di Indonesia untuk mencapai keuntungan dan pendapatan nasional secara optimal. Sumber daya manusia (SDM) yang menjalankan kegiatan perdagangan internasional harus memiliki kompetensi yang memadai (Mulyadi & Hakim 2022). Oleh karena itu, program sosialisasi ini sangat bermanfaat dalam membantu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di Indonesia dengan menyampaikan materi yang berkualitas dan memadai.

Dua hal awal yang dijelaskan pemateri yaitu materi riset & strategi dan pengembangan produk (Gambar 5). Materi pertama mengenai riset dan strategi dalam menentukan pasar yang potensial untuk produk yang telah di produksi atau untuk memperoleh informasi tentang kebutuhan pasar sehingga eksportir dapat menentukan produk yang dibutuhkan oleh pasar sasaran. Perusahaan menerapkan berbagai strategi ekspor agar dapat menjangkau pelanggan internasional, yaitu dengan melakukan ekspor langsung, ekspor tidak langsung menggunakan perantara, dan perkongsian ekspor (Utami et al., 2023). Materi kedua menjelaskan tentang pengembangan produk yang dapat dilakukan oleh seorang eksportir agar produk yang diperdagangkan dapat bersaing di pasar global.



Gambar 5. Penyampaian Materi Riset & Strategi dan Pengembangan Produk

Pembahasan selanjutnya yaitu materi bisnis digital branding & pemasaran dan pencocokan bisnis (Gambar 6). Materi ketiga menjelaskan pentingnya melakukan branding dan pemasaran digital dengan memaksimalkan *platform digital* yang ada. Pada era digital ini tentunya *platform digital* memiliki peran penting dalam dunia bisnis. Media sosial menjadi sebuah *platform* internal bagi perusahaan, yang dapat menjalin kontak dengan konsumen dalam jangkauan dan jumlah yang besar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memberikan respon secara langsung terhadap saran maupun kritik yang disampaikan oleh konsumen (Billah 2021). Selanjutnya materi kelima terdapat materi pencocokan bisnis ekspor yang perlu dilakukan untuk mengembangkan bisnis dengan pihak-pihak tertentu di pasar potensial yang akan menjadikan bisnis ekspor terus berkelanjutan.



Gambar 6. Penyampaian Materi Digital Branding & Pemasaran dan Pencocokan Bisnis

Materi selanjutnya tentang pembayaran ekspor & dokumentasi dan ekspor logistik (Gambar 7). Materi kelima mengenai pembayaran ekspor dan dokumentasi

yang penting untuk diperhatikan karena berkaitan secara langsung dengan calon *buyer*. Pemilihan metode pembayaran yang tepat dan ketepatan dokumen yang memenuhi persyaratan menjadi tantangan bagi eksportir agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti kerugian yang disebabkan metode pembayaran yang merugikan eksportir, kurangnya dokumen atau kesalahan dokumen yang membuat barang ekspor terkendala saat pengiriman dan masih banyak kemungkinan kerugian lainnya. Setelah itu materi keenam yaitu ekspor logistik yang membahas bagaimana cara untuk menerapkan manajemen logistik dengan tepat Kepuasan *customer* tentunya dipengaruhi oleh sistem pengiriman produk, itulah sebabnya manajemen logistik memiliki peran penting dalam pengantaran produk hingga sampai ketangan penerima (Aji 2022).



Gambar 7. Penyampaian Materi Pembayaran Ekspor & Dokumentasi dan Ekspor Logistik

Dual hal terakhir yang dibahas yaitu materi bea cukai lintas batas dan *push the pedal* (Gambar 8). Materi ke tujuh membahas bea cukai lintas batas yang erat kaitannya dengan materi sebelumnya yaitu logistik. Barang yang telah sampai ke negara tujuan akan dilakukan pengecekan terlebih dahulu mengenai kelengkapan dokumen, pemenuhan peraturan dan standar serta aspek lainnya sebelum barang diterima oleh buyer. Itulah mengapa pentingnya memperhatikan segala aspek sebelum melakukan pengiriman barang. Materi kedelapan atau terakhir yaitu membahas "*push the pedal*" yang menjadi sebuah motivasi bagi seorang calon eksportir yang telah memiliki perencanaan yang matang dalam ekspor agar berani untuk mendorong dan berusaha mewujudkan kegiatan ekspor secara nyata.



Gambar 8. Bea Cukai Lintas Batas dan *Push The Pedal*

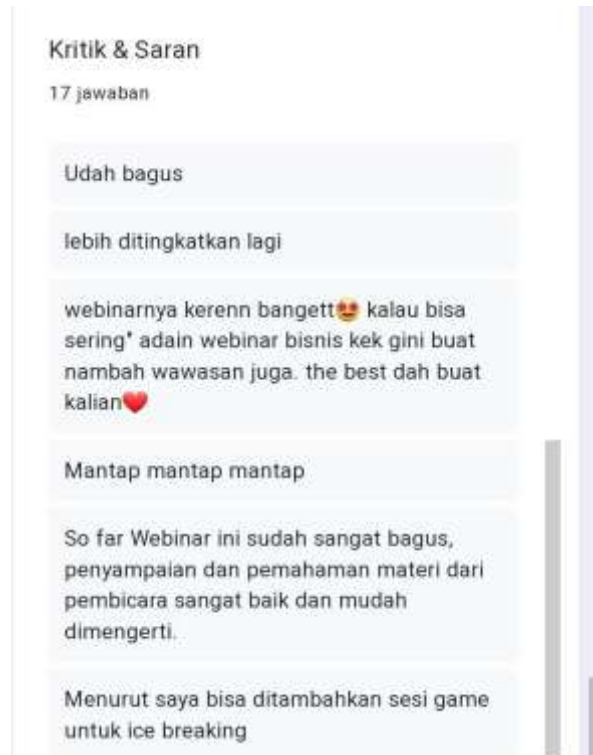
Selain materi inti sebelumnya, pemateri juga menyampaikan mengenai alur registrasi kepabean serta menjelaskan dan menunjukkan website yang digunakan untuk melakukan registrasi kepabean, seperti yang terlihat pada Gambar 9. Pada era digital saat ini, kini registrasi kepabean semakin dipermudah mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat.



Gambar 9. Menyampaikan Alur Registrasi Kepabean

Partisipan pada webinar yaitu mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis UNMUL mengikuti serangkaian acara hingga sesi penutup. Pada sesi tanya jawab dan kuis mahasiswa menunjukkan ketertarikan dan juga antusiasnya terhadap materi yang disampaikan dengan mengajukan beberapa pertanyaan serta mampu menjawab pertanyaan kuis dengan tepat. Hal tersebut menunjukkan program sosialisasi ini kepada mahasiswa tentunya memberikan dampak positif dengan bertambahnya pengetahuan serta minat mahasiswa untuk dapat terlibat di pasar internasional khususnya di bidang ekspor.

Akhir kegiatan program sosialisasi terdapat sesi evaluasi yang dilakukan dengan mengirimkan *Google Form* kepada mahasiswa untuk memberikan kritik dan saran agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan dengan lebih baik dan tentunya untuk mengetahui apakah kegiatan ini bermanfaat bagi peserta. Terdapat 17 mahasiswa yang memberikan kritik dan sarannya, berikut beberapa kritik dan saran yang dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Kritik dan Saran Peserta Program Sosialisasi

Penulis menyadari bahwa adanya beberapa keterbatasan pada kegiatan sosialisasi ini. Pertama, kurangnya penggunaan gambar, diagram, dan grafik yang mendukung untuk memperjelas materi atau contoh yang diberikan. Kedua, tidak memanfaatkan media audio visual seperti video atau animasi yang tentunya dapat membantu memudahkan pemahaman materi dan meningkatkan efektivitas kegiatan sosialisasi. Ketiga, penyebaran informasi yang kurang konsisten menjadi alasan mengapa kegiatan ini hanya dilakukan oleh kurang lebih 30 mahasiswa. Oleh karena itu, diharapkan terdapat kegiatan lanjutan yang dilaksanakan di masa yang akan datang untuk menutup keterbatasan yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan timbal balik yang diberikan oleh mahasiswa di akhir kegiatan dengan menyampaikan pesan dan kesannya melalui *Google Form* menyatakan puas dengan materi yang disampaikan. Mahasiswa juga menyarankan untuk menambahkan sesi *ice breaking* singkat yang dapat membangkitkan kembali semangat mahasiswa dalam menyimak materi yang disampaikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa program sosialisasi ini berjalan sebagaimana mestinya dan sesuai seperti yang telah direncanakan. Adanya kegiatan ini diharapkan mahasiswa di Samarinda dapat memahami dengan baik materi yang disampaikan dan tentunya di masa yang akan datang mahasiswa mampu terlibat di pasar internasional bahkan hingga menjadi pengusaha eksportir yang sukses.

Materi yang disampaikan pada program sosialisasi ilmu ekspor di masa depan sebaiknya dapat meningkatkan visualisasi untuk menambah daya tarik serta membantu memperjelas penyampaian materi. Metode penyampaian materi dapat dikombinasikan dengan media audio visual agar mempermudah mahasiswa untuk memahami materi yang disampaikan. Agar program sosialisasi ilmu ekspor ini dapat diikuti oleh lebih banyak partisipan perlu untuk bekerjasama dengan pihak lain sebagai media penyebaran informasi atau memanfaatkan sosial media secara optimal. Kemudian, untuk membantu program sosialisasi ini secara berkelanjutan program selanjutnya dapat meningkatkan aspek-aspek yang ada serta menambahkan sesi pelatihan dengan materi yang lebih luas. Penulis memiliki harapan agar mendapat kesempatan untuk melaksanakan kegiatan sejenis dengan jangkauan peserta yang lebih luas dan tentunya dengan kegiatan yang lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Muhamad Dhanu Setyo. 2022. "Penerapan Sistem Informasi Manajemen Pada Pt Pos Indonesia Laporan Magang" 4 (1): 122–31.
- Billah, Aldi Muhtadi. 2021. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Pameran Online Untuk Meningkatkan Penjualan Ekspor Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada CV. Palem Craftd Jogja)." *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–15.
- Elia Cahyani, Tazkiyyah Nururrohman, and Mohamad Zein Saleh. 2023. "Peran Pemasaran Global Dalam Mendorong Kemajuan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 3 (3): 229–37. <https://doi.org/10.55606/jimek.v3i3.2472>.
- Hanifah, Ulfa. 2022. "Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2 (6): 107–26. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.275>.

- Laila Faza Ramadhani, Fatma Ulfatun Najicha. 2021. "Urgensi Penerapan Nilai Pancasila Untuk Membentuk Karakter Generasi Zilenial Sebagai Agent of Change Menuju Indonesia Emas 2045" 47 (4): 124–34.
- Mulyadi, Mulyadi, and Arif Rahman Hakim. 2022. "Diklat Ekspor Impor: Solusi Daya Saing Dan Efisiensi Dokumentasi Ekspor Impor (Sebuah Simulasi Di Laboratorium Kompetensi)." *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan* 4 (1): 26–32. <https://doi.org/10.31092/kuat.v4i1.1487>.
- Ngatikoh, Siti, and Isti'anah. 2020. "Pengaruh Ekspor Impor Bagi Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam." *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3 (2): 97–110.
- Nur, M, Hamdi Agustin, Nuriman M Nur, and Universitas Islam Riau. 2023. "The Effect of Exports and Imports on Economic Growth in Indonesia Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4 (2): 1362–72. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.
- Putri, Osi Hayuni. 2023. "Analisis Ekspor Komoditas Pertanian Di Indonesia." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 9 (3): 937–42. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1213>.
- Rambe, Dhea Nita Syafina, and Nuri Aslami. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1 (2): 213–23. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>.
- Yuniarti Utami, Eva, Ana Shohibul Manshur Al Ahmad, Rohmawan Adi Pratama, Dama Yuninata, and Lastika Ary Prihandoko. 2023. "Strategi Penetrasi Pasar Global: Eksplorasi Bibliometrik Tentang Pemasaran Internasional, Mode Masuk Pasar, Dan Strategi Ekspor." *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen* 5 (2): 25–38. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.155>.