

PERAN TRADE MAP DALAM OPTIMALISASI PELUANG USAHA PRODUK KOKOA BANANA

¹Etika Rachmawati ²Mohammad Insan Romadhan

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

etikaarachmawati@gmail.com

Abstract

Export-import activities cannot be separated from the existence of new media. New media that have an important role in the world of export-import, one of which is the trade map. The website developed by the International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) has provided thousands of product data from more than 200 countries through a harmonized system or goods coding system. Through this site, researchers try to describe and analyze the market opportunity for banana chip products with cocoa mixture. This product is a product developed by researchers together with the Export School Team (TSE) while conducting an Independent Study Program (MSIB) practicum at the National Export School Foundation. Products with the Koba brand (Kokoa Banana) are products developed not only for the domestic market but also the global market. The author uses qualitative methods because it tries to describe the activities of optimizing a Koba business product through the independent study program of the Export School by utilizing trademap.org site. The results obtained are a list of several countries that have the potential to become export markets for Koba products with basic ingredients in the form of bananas.

Keywords : Trade Map, Market Opportunities, Export, Koba, Export School

Abstrak

Kegiatan ekspor-impor tidaklah lepas dari adanya *new media*. Media baru yang memiliki peran penting dalam dunia ekspor-impor, salah satunya adalah trade map. Situs yang dikembangkan oleh International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) telah menyediakan ribuan data produk dari 200 lebih negara melalui sistem harmonisasi atau sistem pengkodean barang. Melalui situs ini, penulis berusaha mendeskripsikan dan menganalisis peluang pasar akan produk keripik pisang dengan campuran kokoa. Produk ini merupakan produk yang dikembangkan penulis bersama dengan Tim Sekolah Ekspor (TSE) disaat melakukan praktikum Program Studi Independen (MSIB) di Yayasan Sekolah Ekspor Nasional. Produk dengan brand Koba (Kokoa Banana) menjadi produk yang dikembangkan tidak hanya untuk pasar domestik melainkan juga pasar global. Penulis menggunakan metode kualitatif karena berusaha menggambarkan kegiatan dari pengoptimalan sebuah produk usaha Koba melalui program studi independen Sekolah Ekspor dengan memanfaatkan situs trademap.org. Hasil yang didapatkan berupa daftar beberapa negara yang berpotensi untuk menjadi pasar ekspor produk Koba dengan bahan dasar berupa pisang.

Kata Kunci : Trade Map, Peluang Pasar, Ekspor, Koba, Sekolah Ekspor

Pendahuluan

Trade map sudah tidak asing lagi bagi kita yang mempelajari mengenai ekspor impor. Perlu diketahui bahwa trade map sendiri merupakan website berisi data-data statistik mengenai perdagangan internasional. Melalui trade map ini, eksportir dapat melakukan riset akan potensi-potensi ekspor yang sesuai dengan produk calon eksportir (exporthub.id). Portal yang dikembangkan oleh International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) telah berhasil memainkan perannya dalam membantu para eksportir/importir untuk mengembangkan perdagangan mereka melalui riset hingga mengidentifikasi potensi pasar untuk peluang bisnis ke depannya.

Kegiatan ekspor impor saat ini tidaklah lepas dari adanya media baru. Adanya trademap.org memiliki peran sebagai salah satu situs yang menyajikan informasi mengenai ekspor impor di berbagai negara. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari trademap.org bahwa trade map menyediakan data dari 220 negara dengan 5.300 produk yang tersedia dari Sistem Harmonisasi. Data mencakup dari bentuk tabel, grafik dan peta - indikator kinerja ekspor, permintaan internasional, pasar alternatif dan pasar kompetitif, serta direktori perusahaan pengimpor dan ekspor. Selain itu, trade map merupakan situs dengan informasi akan statistik perdagangan untuk pengembangan bisnis internasional, data perdagangan bulanan, triwulanan dan tahunan, nilai impor & ekspor, volume, tingkat pertumbuhan, pangsa pasar, dll.

Adanya trade map mempermudah setiap kalangan dalam melakukan riset pasar dengan data-data yang telah diperoleh dari trade map. Hal ini juga dimanfaatkan oleh produk lokal, keripik pisang dengan *brand* Koba (Kokoa Banana). Koba merupakan salah satu produk yang dikembangkan penulis bersama Tim Sekolah Ekspor (TSE). Tim ini terbentuk dari program Studi Independen di Sekolah Ekspor.

Pasar-pasar dengan potensi ekspor tinggi untuk produk keripik pisang coklat dapat termasuk negara-negara dengan permintaan yang kuat terhadap makanan ringan, terutama yang mencari kombinasi rasa manis dan gurih. Dalam rekomendasi strategi pemasaran, penting untuk mempertimbangkan diferensiasi produk untuk memenuhi preferensi lokal. Misalnya, dengan menciptakan varian rasa yang sesuai dengan selera konsumen setempat atau dengan mengedepankan atribut produk seperti kualitas bahan baku alami atau keberlanjutan dalam proses produksi. Strategi pemasaran yang direkomendasikan harus mencakup branding yang kuat, distribusi yang efisien, dan promosi yang menarik di pasar internasional. Ini dapat mencakup kerja sama dengan mitra lokal atau pedagang ritel yang sudah mapan, serta kampanye iklan yang menekankan manfaat produk dan nilai tambahnya. Mengadaptasi strategi ini untuk setiap pasar, bersamaan dengan pemahaman mendalam tentang budaya dan preferensi konsumen setempat, akan membantu produk keripik pisang coklat meraih sukses dalam ekspansi internasional.

Melalui trade map, diharapkan dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar produk Koba. Riset pasar yang dilakukan tentunya juga untuk membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai. Bersama dengan mentoring dan pembelajaran yang diberikan dari Sekolah Ekspor. Sekolah Ekspor merupakan salah satu mitra yang tergabung dalam program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang sudah ada sejak 2020.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah pelaku UMKM terbanyak, hal ini terjadi karena tingginya usia kerja di Indonesia yang sangat tidak berbanding lurus pada ketersediaan lapangan kerja (Dhaniswara K Harjono, Ketua Dewan Pertimbangan Kadin DKI) (merdeka.com, 2014). Dengan potensi SDA yang besar menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi keterpurukan yang dialami perekonomian nasional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia (Loqman Ananta Azaria & Sumainah Fauziah, 2023). Oleh karena itu, penulis mencoba menguraikan

akan peranan teknologi digital, khususnya trade map sebagai salah satu media baru yang dapat membantu UMKM untuk memajukan usahanya ke pasar global. Apalagi dalam proses ekspor ini tentunya peran teknologi digital sangat diperlukan. Bagaimana dalam era digital ini tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi digital juga mengubah cara kita dalam berbisnis yang tentunya juga akan mempengaruhi pasar ekspor impor.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Peneliti menggunakan metode kualitatif karena berusaha menggambarkan kegiatan dari pengoptimalan sebuah produk usaha Koba melalui program studi independen Sekolah Ekspor dengan memanfaatkan situs trademap.org. Dalam teknik pengumpulan data, penulis menggunakan teknik dokumentasi dengan cara meninjau bahan-bahan dokumentasi yang berupa literatur-literatur (Saputra, 2017). Peneliti melakukan analisis terhadap situs trademap.org, melakukan observasi secara langsung, dokumentasi, serta melalui jurnal, artikel maupun sumber literatur lain untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dengan adanya dokumentasi menjadikan hasil penelitian dapat dipercaya atau kredibel. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini berupa kegiatan pelaksanaan kegiatan studi independen, foto kegiatan pembelajaran, dan dokumen lain yang mendukung penelitian. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Kemudian dalam teknik menganalisis data, penulis menggunakan teknik studi pustaka atau riset kepustakaan. Zed (dalam Fadli, 2021) mengemukakan bahwa studi pustaka merupakan rangkaian aktivitas yang memiliki keterkaitan dengan teknik pengumpulan data pustaka seperti membaca, mencatat, dan mengolah bahan-bahan penelitian sampai pada tahapan penarikan kesimpulan.

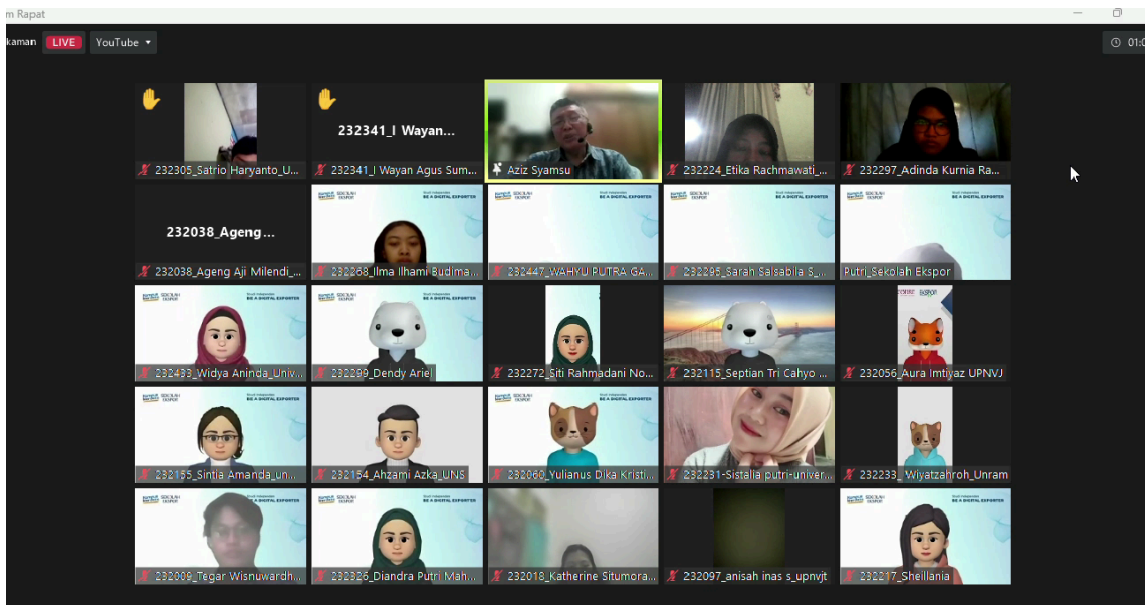
Hasil dan Pembahasan

Studi Independen Sekolah Ekspor



Gambar 1 1 Logo Sekolah Ekspor

Hadir dalam rangka mencetak 500 ribu eksportir baru Indonesia pada tahun 2030 hingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan perekonomian lima terbesar dunia pada tahun 2045, pada 19 Agustus 2020 diresmikanlah Sekolah Ekspor. Menteri Koperasi, UKM RI dan Menteri Perdagangan RI diwakili Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) meresmikan Sekolah Ekspor di bawah naungan Yayasan Sekolah Ekspor Nasional di SMESCO Jakarta. Yayasan ini berfungsi sebagai lembaga yang menyediakan pelatihan ekspor yang mendayagunakan teknologi digital (Karmudiandri, 2022).



Gambar 1 2 Pembelajaran Secara Online

Melalui program “BE A DIGITAL EXPORTER”, Sekolah Ekspor mengajak peserta studi independen dalam memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk pembelajaran dan juga mengimplementasikan materi Export and Digital Business pada program Digital Export. Sejalan dengan "New Future Export of Indonesia", Sekolah Ekspor mengintegrasikan pendayagunaan e-commerce, media sosial dan fasilitas digital lain untuk pengembangan ekspor.



Peserta dalam Studi Independen Sekolah Ekspor akan belajar mengenai eksportir, khususnya dalam ranah teknologi digital saat ini. Peserta diajak untuk bekerjasama dalam mengembangkan produk dari UMKM ataupun produk milik pribadi. Melalui pengembangan produk ini diharapkan peserta dapat belajar sekaligus mempraktikkan ilmu yang didapatkan dari Sekolah Ekspor. Tentunya dengan dibimbing oleh praktisi pengajar yang telah berpengalaman di bidang ekspor impor. Dengan banyaknya peluang ekspor di Indonesia memberikan banyak kesempatan bagi generasi muda untuk turut meramaikan pasar ekspor.

Dengan adanya trademap.org tentunya mempermudah dalam melakukan riset terhadap produk yang dikembangkan.

Pengembangan Produk Koba



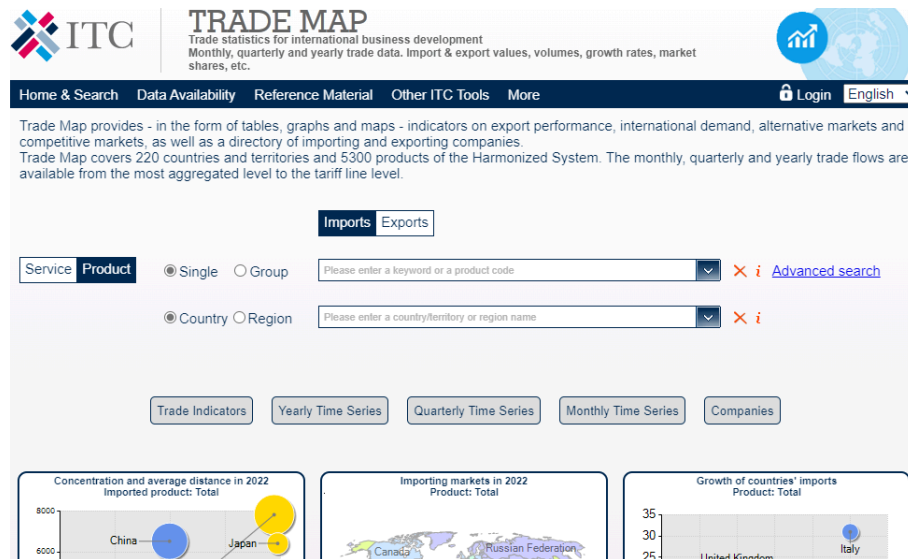
Gambar 1 4 Logo Produk dan Nama Usaha

Adapun produk yang dipilih untuk dikembangkan penulis adalah produk keripik pisang coklat. Ekspor keripik pisang coklat semakin mendapatkan perhatian dalam dunia bisnis internasional. Produk ini telah menarik minat konsumen global karena kombinasi unik antara manisnya pisang dengan rasa gurih coklat yang menagihkan. Keripik pisang ini termasuk ke dalam makanan ringan yang telah berhasil menciptakan citra merek global yang menarik, mencampurkan rasa lokal dengan daya tarik universal. Keunggulan lainnya adalah produk ini memiliki umur simpan yang panjang, menjadikannya pilihan ideal untuk diekspor ke berbagai belahan dunia. Ekspor keripik pisang coklat juga turut berperan penting dalam menjaga keberlanjutan di sektor pertanian. Indonesia yang memiliki produksi pisang yang berlimpah memberikan peluang bagi petani untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan mengkreasikan pisang menjadi berbagai macam produk maupun olahan tertentu. Dengan demikian, ekspor keripik pisang coklat tidak hanya sekedar mengikuti tren, melainkan juga untuk memberikan manfaat ekonomi bagi negara maupun produsen.



Dalam konteks pasar global, keripik pisang coklat juga mencerminkan peran inovasi dalam industri makanan ringan. Teknik pengolahan yang terus berkembang telah memungkinkan produsen untuk menciptakan produk yang memiliki tekstur dan rasa yang konsisten, menjaga kualitas produk tetap tinggi dari satu batch ke batch berikutnya. Hal ini sangat penting dalam memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi terhadap kualitas produk. Selain itu, ekspor keripik pisang coklat juga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan di sektor pertanian. Produksi pisang yang berlimpah memberikan peluang bagi petani untuk meningkatkan pendapatan mereka dan mengurangi pembabatan hutan untuk penggunaan lahan pertanian. Dengan demikian, ekspor keripik pisang coklat tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga berpotensi untuk berkontribusi pada isu-isu lingkungan yang lebih besar. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi dalam menjaga pertumbuhan ekspor keripik pisang coklat. Persaingan di pasar global makanan ringan sangat ketat, dengan banyak produsen berusaha merebut pangsa pasar yang sama. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinvestasi dalam inovasi, pemasaran, dan distribusi untuk tetap bersaing di pasar yang kompetitif ini.

Riset Pasar Pada Trademap.org



Gambar 1 6 Laman trademap.org

Dalam memanfaatkan trade map, kunci utama yang harus diketahui ialah menentukan apa yang akan kita riset, produk apa atau negara apa yang ingin dijadikan tujuan penjualan produk. Sebelumnya kita juga harus mengetahui mengenai HS Code/kode dari produk kita untuk mempermudah dalam melakukan riset. HS Code atau *Harmonized Commodity Description and Coding System* merupakan sistem klasifikasi barang yang digunakan secara internasional untuk mempermudah perdagangan internasional. Keberadaan HS Code paling

menentukan regulasi tiap barang impor maupun ekspor, dengan cakupan informasi mengenai dokumen apa saja yang harus dipenuhi oleh importir/eksportir. Ini untuk menentukan besarnya *duty & tax* yang harus dibayarkan kepada negara. Produk yang diklasifikasikan secara internasional ini bertujuan agar semua negara memiliki persepsi yang sama mengenai jenis barang yang diimpor/ekspor. Hal ini juga untuk memudahkan Bea Cukai untuk mengawasi pergerakan barang yang masuk ataupun keluar dari Indonesia. Setiap produk ekspor impor harus diklasifikasikan sesuai kode HS Code yang terdiri dari 6 digit, mewakili jenis barang dan deskripsi lengkapnya. Penggunaan HS Code penting karena dapat mempengaruhi biaya pajak impor, bea masuk, dan bea keluar yang dikenakan pada produk tersebut.



Gambar 1 7 Pencarian HS Code di trdemap.org

Melalui HS Code, produk diidentifikasi sesuai dengan ketentuan yang telah tersedia. Setelah berhasil mengidentifikasi HS Code yang cocok dengan produk Koba. Kode dicari mulai dari jenis buah berupa pisang yang kemudian dikategorikan lagi menjadi berbagai jenis produk dengan olahan pisang. Kemudian TSE mencoba melakukan riset sesuai dengan HS Code tersebut. Kemudian melalui trade map, penulis juga melakukan riset mengenai negara yang sesuai dengan produk penulis. Penulis mengidentifikasi produk termasuk ke dalam:

Product : 2008 Fruits, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit (excl. prepared or preserved with vinegar, preserved with sugar but not laid in syrup, and jams, fruit jellies, marmalades, fruit purée and pastes, obtained by cooking)

Penutup

Dalam kesimpulan, ekspor keripik pisang coklat adalah contoh sukses dari produk makanan ringan yang berhasil menaklukkan pasar global. Kombinasi rasa yang unik, keamanan pangan yang terjamin, inovasi teknologi, dan branding yang kuat merupakan faktor-faktor yang telah mengantarkannya ke pangsa pasar yang semakin luas. Potensi pertumbuhan di masa depan menjanjikan, dengan perubahan tren konsumsi dan peningkatan daya beli di seluruh dunia. Dengan terus mengembangkan strategi yang efektif, produk ini dapat terus berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan berkelanjutan di berbagai negara.

Melalui trademap.org dapat kita lihat bahwa riset pasar bisa dilakukan dengan situs tersebut. Koba yang merupakan produk baru juga terbantu dengan adanya situs ini. Dengan mendapatkan informasi pasar bisa membantu dalam mengembangkan produk agar lebih sesuai dengan pasar yang dituju. Keripik pisang yang merupakan produk umum di pasar lokal juga dapat diekspor ke berbagai negara dengan menyesuaikan rasa dan *branding* yang menarik.

Berdasarkan dari pemaparan yang telah disampaikan bahwa teknologi digital memiliki peran yang sangat signifikan terhadap perubahan bisnis. Kemudahan yang ditawarkan trade map adalah salah satu bentuk nyata dari efek teknologi digital. Penulis yang turut memanfaatkan kemudahan ini juga terbantu dalam menganalisis ataupun melakukan riset untuk produk yang akan dikembangkan. Peran trade map sendiri sangat penting dalam membantu mengoptimalkan suatu usaha apalagi dalam konteks global.

Daftar Pustaka

<https://www.trademap.org/>. Diakses pada 14 November 2023. Pukul 13.46 WIB

<https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/>. Diakses pada 14 November 2023. Pukul 15.33 WIB

<https://exporthub.id/> Diakses pada 19 November 2023. Pukul 16.20 WIB

https://www.bing.com/search?pglt=43&q=cara+mencari+hs+code&cvid=3ed543d0de274b37a2f97902bfef1df1&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIGCAEQABhAMgYIAhAAGEAyBggDEAAYQDIGCAQQABhAMgYIBRAAGEAyBggGEAAYQDIGCAcQABhAMgYICBAAGEDSAQg0ODOQ2ajBqMagCALACAA&FORM=ANNTA1&PC=AST. Diakses pada 6 Januari 2024. Pukul 14.00

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Karmudiandri, A. (2022). *CAPACITAREA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*

Universitas Pancasila STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT: MENJADI EKSPORTIR BARU 4.0 DI YAYASAN SEKOLAH EKSPOR NASIONAL. 2(2), 58–68.
<https://doi.org/10.30874/capacitarea.2022.2>

Loqman Ananta Azaria, & Sumainah Fauziah. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Ekspor Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2)*, 77–82. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.147>