

KEGIATAN EKSPOR DAN IMPOR MELALUI APLIKASI TOKO ONLINE

Pupung Purnamasari¹, Arsela Putri², Khofifah³, Veraninda Permana⁴, Kaharuddin Hasibuan⁵, Jaelani⁶

Universitas Pelita Bangsa

Email: pupungpurnamasari@pelitabangsa.ac.id¹, arselaputri82@gmail.com²,
nurkhofifah.1004@gmail.com³, vheranindapermana@gmail.com⁴,
hasibuankaharuddinhasibuan@gmail.com⁵, jaem3552@gmail.com⁶

Abstrak – Ekspor adalah pengangkutan barang dari Indonesia ke negara lain. Ekspor juga merupakan proses pengangkutan barang atau barang dari suatu negara ke negara lain. Proses ekspor seringkali digunakan oleh usaha kecil dan menengah sebagai strategi utama persaingan internasional. Orang yang melakukan kegiatan ekspor disebut eksportir. Secara umum eksportir adalah suatu badan hukum atau perseorangan yang melakukan kegiatan ekspor. Kegiatan ekspor dapat menciptakan permintaan efektif baru sehingga produk mencari inovasi di pasar dalam negeri untuk meningkatkan produktivitas. Kegiatan ekspor kemudian dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperluas pasar negara.

Kata Kunci: Ekspor, Impor, Toko online, Pertumbuhan Ekonomi Negara.

Abstract – Export is the transportation of goods from Indonesia to other countries. Export is also the process of transporting goods or goods from one country to another. The export process is often used by small and medium businesses as the main strategy for international competition. People who carry out export activities are called exporters. In general, an exporter is a legal entity or individual that carries out export activities. Export activities can create new effective demand so that products seek innovation in the domestic market to increase productivity. Export activities can then encourage economic growth and expand the country's market.

Keywords: Export, Import, Online Store, Economic Growth of the Country.

PENDAHULUAN

Dalam perdagangan internasional, sektor ekonomi merupakan bidang terpenting yang menciptakan kebebasan di pasar internasional. Perusahaan yang menjual barang dan jasa melebihi kebutuhan konsumen lokal dapat memanfaatkan pasar internasional itu sendiri, dan perusahaan dapat memasuki pasar internasional untuk memperluas pasarnya dan membangun hubungan baik dengan negara lain. Menciptakan pasar internasional dan membangun sistem impor / ekspor melalui kemajuan teknologi di era globalisasi. Kegiatan ekspor - impor dapat meningkatkan income (pendapatan) suatu negara dengan mengenalkan produknya kepada pasar global, serta dapat membuka lapangan pekerjaan. (Suprpto et al., 2023)

Di era globalisasi, kemajuan teknologi mengalami kemajuan yang pesat. Banyak aspek kehidupan sehari-hari, seperti bekerja, belajar, mencari informasi, dan berbelanja, dilakukan dengan menggunakan teknologi Internet. Hal tersebut menjadi peran paling penting dalam keberlanjutan teknologi, karena adanya internet dapat mempermudah masyarakat mengakses teknologi-teknologi yang sudah ada. Akibat pengaruh perubahan global, gaya hidup masyarakat kini dapat dengan mudah diakses melalui internet sehingga instan dan mudah dalam penerapannya. (Mazruk & Aslami, 2022). Saat ini, Internet telah memberikan dampak luas pada kehidupan masyarakat, karena penggunaan Internet dan teknologi informasi membantu meningkatkan proses pembangunan perdagangan ekspor barang negara.

Pada artikel ini kami akan menjelaskan pemanfaatan teknologi untuk mengekspor barang melalui aplikasi toko online. Pada zaman ini sudah sangat mudah menjual barang ke luar negeri dengan menggunakan aplikasi toko online atau bisa disebut juga e-commerce (perdagangan elektronik). Perdagangan elektronik merupakan perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komunikasi dengan bantuan web browser dalam melakukan proses bisnis. Platform e-commerce juga telah mempermudah penjual mencari sekaligus memenuhi permintaan dari negara-negara lain. Memanfaatkan platform e-commerce dapat membantu UKM dalam memasarkan produk mereka ke pasar internasional. Platform ini memungkinkan UKM untuk membuka toko online, menampilkan katalog produk, menerima pembayaran internasional, dan mengatur pengiriman produk ke berbagai negara. (Sara & Fitriyani, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode penjualan online telah berkembang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat. Jualan online menjadi solusi belanja yang simpel, cepat, murah, dan hemat, dan dapat memperkirakan penjualan online dari penjualan online komunitas global sebagai pasar dan target penjualan. (Rumondang et al., 2020). Saat ini, penjualan online telah melintasi batas negara untuk menjangkau segmen pasar global dan keberhasilan perusahaan yang melakukannya. Pada metode ini penjualan online juga telah mencapai bisnis perusahaan yang sukses. Saat ini, toko online mendorong internasional dengan data online di dalamnya. Mayoritas sumber pendapatan toko online berasal dari aktivitas bisnis globalnya. Metode ini merupakan bagian dari e-commerce. Beberapa jenis, standar dan komponen e-commerce di peroleh dalam metode penjualan online.

Tahapan metode penjualan online adalah:

1. Komunikasi kepada pelanggan

Komunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan cara yang tepat untuk mengetahui dan menciptakan atau mentransformasikan kebutuhan pelanggan.

2. Perencanaan

Perencanaan adalah fase yang menggabungkan kebutuhan informasi pelanggan dengan perencanaan teknologi untuk mengatasi reaksi pelanggan.

3. Pemodelan

A. Analisis Model

Mewakili tingkat perencanaan dan komunikasi pelanggan berikutnya. Pemodelan analitik melibatkan beberapa hal:

- a. Analisis isi, perumusan kebutuhan pelanggan dan masalah yang ingin dipecahkan.
- b. Analisis interaksi. Ini berarti mengidentifikasi interaksi antara pelanggan dan sistem berdasarkan hak akses pengguna.
- c. Analisis fungsional, yaitu mengidentifikasi proses yang terjadi di dalam atau di luar sistem tetapi sangat penting bagi pelanggan.
- d. Analisis komposisi. Ini berarti menentukan lingkungan dan pengajaran yang sesuai untuk aplikasi yang dibangun.

B. Pemodelan Desain

Pemodelan desain meliputi beberapa hal diantaranya:

- a. Desain antarmuka. Desain antarmuka mempertimbangkan pengumpulan informasi yang dilakukan selama fase analisis dan mengatur antarmuka, gambaran umum pelanggan, ke dalam antarmuka tertentu.
- b. Desain yang indah. Desain estetika adalah desain tampilan halaman melalui kombinasi warna, teks, dan gambar yang sesuai dengan konten dan tujuan aplikasi toko online Anda.
- c. Desain Konten. Desain konten mengacu pada perancangan konten aplikasi toko online itu sendiri berdasarkan kebutuhan informasi yang diidentifikasi selama tahap analisis.
- d. Desain navigasi. Perancangan navigasi dilakukan hanya jika aplikasi toko online mempunyai aturan persetujuan bagi pelanggan sesuai dengan alur kerja sistem.
- e. Desain arsitektur. Perancangan Arsitektur berfokus pada aplikasi toko online berstruktur hypermedia. Struktur arsitektur erat kaitannya dengan tujuan pengembangan website yang ditetapkan oleh pelanggan yang mengunjungi aplikasi toko online.

4. Building

a. Implementasi

Implementasi dilakukan dengan mengimplementasikan halaman web dalam format HTML berdasarkan hasil desain konten pada kegiatan implementasi konten dan fungsi logika yang dibuat dalam format PHP.

b. Tes

Tes dijalankan untuk menemukan kesalahan yang mungkin terjadi, seperti kesalahan pada skrip, formulir, navigasi, tampilan, atau area lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ekspor adalah kegiatan dimana barang diproduksi di suatu negara dan dijual kepada pembeli di negara lain. Ekspor membentuk perdagangan internasional. Kegiatan ekspor sangat penting bagi keberlanjutan perekonomian karena kegiatan ini memberikan pasar yang lebih besar bagi masyarakat dan dunia usaha untuk barang-barang mereka. Kegiatan ekspor dapat menghasilkan devisa bagi Indonesia. Peran pemerintah dalam memperluas kegiatan ekspor untuk memperoleh devisa adalah dengan bekerja sama dengan eksportir. Eksportir bertanggung jawab untuk mencari dan memperluas pasar bagi produk ekspor. Eksportir juga memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai negara dengan sumber daya alam yang beragam dan produk berkualitas tinggi, ekspor khususnya bisnis toko online Indonesia menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Eksportir mungkin bertanggung jawab untuk mengirimkan produk dalam negeri ke luar negeri. (Hodijah & Angelina, 2021)

Toko online melakukan beberapa langkah pemasaran untuk mendukung bisnis internasional, seperti jaminan toko online, gratis ongkos kirim, dan jaminan harga termurah. Salah satunya adalah siaran langsung toko online dari toko online. Fitur siaran langsung ini memudahkan pelanggan untuk menanyakan berbagai pertanyaan tentang listing Anda. Tak

hanya itu, ada juga pengguna yang mencoba membeli produk yang diperkenalkan dalam siaran langsung tersebut. Selain itu, seluruh siaran langsung yang telah selesai dapat diputar dan diakses melalui akun media sosial toko online. (Sari & Habib, 2023)

Seiring dengan berkembangnya bisnis kami melalui toko online ini, kami telah meluncurkan program baru bernama "Online Streamer" yang memungkinkan Anda menonton live streaming toko online secara real time. Toko streamer online ini memungkinkan streamer menerima keuntungan seperti insentif dan peningkatan karir. Dalam hal ini media streaming dapat meningkatkan kreativitas dalam penciptaan dan pengembangan konten yang ditayangkan secara live di toko online. Toko online streamer membuat kriteria evaluasi untuk meningkatkan motivasi streamer. Streamer harus memenuhi beberapa metrik, antara lain; Jumlah viewer, jumlah like, jumlah produk dan harga yang ditampilkan pada live streaming toko online. (Sari & Habib, 2023)

Melalui program Streamer Academy, toko online menawarkan periklanan yang ditargetkan kepada konsumen dan menerapkan strategi pemasaran dengan fokus pada penggunaan kegiatan promosi. Sebagai bisnis e-commerce, toko online menampilkan konten-konten menarik yang dibuat oleh para pembuat konten untuk membangkitkan minat konsumen terhadap produk dan mendorong mereka untuk membelinya. Content creator yang bergabung di toko online ini dilatih untuk mengembangkan keterampilan mengemas konten layaknya influencer terpercaya. Sekalipun program tersebut tidak mencakup kegiatan masyarakat, program ini tetap sesuai dengan interpretasi bahwa program tersebut mendefinisikan strategi perusahaan dan produsen serta memasukkan opini publik yang berpihak pada perusahaan. Seorang pembuat konten yang tugasnya menghubungkan bisnis dan konsumen serta membantu bisnis meningkatkan produk yang dipromosikan melalui toko online mereka.

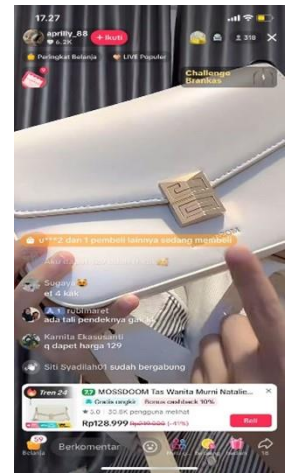
Bentuk toko online bermacam-macam, seperti partisipasi untuk mendapatkan sesuatu, penggunaan strategi bersaing saat melakukan promosi, meningkatkan minat masyarakat terhadap promosi, diskon harga produk, dan lain-lain. Hal ini membawa berbagai manfaat, seperti mempererat hubungan dengan masyarakat dan membangun kebaikan. hubungan. pembeli. Strategi pemasaran yang dirancang sedemikian rupa juga harus dibarengi dengan strategi pelayanan kepada konsumen. Kualitas pemasaran ini menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan. Aplikasi toko online harus memberikan informasi yang cukup, baik berupa spesifikasi produk, promosi, produk yang berbeda, maupun informasi mengenai sistem pembayaran. Aplikasi toko online juga sangat baik dalam menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat dan melayani kepuasan pelanggan. Selama proses pemesanan, penting bagi pelanggan agar kesesuaian produk yang dipesan membuatnya puas dan puas. Dalam konteks ini, toko online memudahkan konsumen dalam memesan produk favoritnya.

Yang dilakukan toko online hanyalah strategi pemasaran internasional dalam rangka kegiatan bisnis internasional. Strategi pemasaran internasional bertujuan untuk meningkatkan kinerja pemasaran internasional yang berdampak pada peningkatan reputasi perusahaan dan membangun merek yang kuat. Strategi pemasaran internasional yang berfungsi dengan baik membawa manfaat pemasaran tertentu, seperti menambah banyak pelanggan baru dan mengurangi biaya pemasaran ketika rata-rata penjualan meningkat. Aktivitas bisnis internasional ini memungkinkan toko online untuk melakukan pertukaran perdagangan internasional, sehingga menciptakan jembatan antara perekonomian domestik dan global. Ketika toko online menembus pasar internasional, mereka bisa mendapatkan keuntungan dari keunggulan komparatif masing-masing negara.

Di bawah ini adalah beberapa contoh kegiatan impor - ekspor dan kegiatan promosi menggunakan live streaming.



Gambar 1 Kegiatan Ekspor – Impor



Gambar 2 Kegiatan promosi penjualan melalui kegiatan live streaming

KESIMPULAN

Ekspor adalah kegiatan pengangkutan barang dan barang dari satu negara ke negara lain. Kegiatan ekspor seringkali dijadikan strategi utama bagi usaha kecil dan menengah untuk bersaing di pasar internasional. Orang yang melakukan kegiatan ekspor disebut eksportir. Kemajuan teknologi di era globalisasi telah menyebabkan terbentuknya pasar internasional dan terbentuknya sistem impor dan ekspor.

Kegiatan ekspor - impor dapat meningkatkan pendapatan suatu negara dengan mengirimkan produknya ke pasar dunia dan menciptakan lapangan kerja. Penjualan online atau e-commerce telah memudahkan proses ekspor bagi usaha kecil dan menengah. Platform e-niaga memungkinkan usaha kecil membuka toko online, melihat katalog produk, menerima pembayaran internasional, dan mengatur pengiriman produk ke berbagai negara. Jualan online kini menjadi solusi belanja yang mudah, cepat, murah, dan hemat. Penjualan online juga melintasi batas negara dan menjangkau segmen pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). Analisis pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 53–62.
- Mazruk, S. S., & Aslami, N. (2022). Peningkatan Strategi Pemasaran Shoppe dalam Bisnis Internasional. *Action Research Literate*, 6(1), 50–55.
- Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. *Yayasan Kita Menulis*.
- Sara, K. D., & Fitryani, F. (2020). Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ema*, 5(2), 66–76.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live

Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58.

Suprpto, Y., Yosuky, D., Rachmi, T. S., & Santono, F. (2023). Dampak Globalisasi terhadap Bisnis Internasional. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 4122–4128.