Jurnal
Pemasaran Bisnis

https://journalversa.com/s/index.php/jpb Vol 6, No. 3 Agustus 2024

IMPLEMENTASI 7N1 ARROWS EXPORT OF MANAGEMENT UNTUK MENINGATKAN PELUANG RENCANA BISNIS EKSPOR FESYEN PAKAIAN KAIN GONI

Radutya Maulana Ramadhan[1], Virginia Mandasari[2]
[1,2]UPN "Veteran" Jawa Timur
21012010454@student.upnjatim.ac.id[1], virginia_mandasari.mnj@upnjatim.ac.id[2]

Abstract
Currently, the export business plan is still a business that has considerable opportunities. One of the export products that has the potential to be developed is fashion industry products such as environmentally friendly clothing. This is because many countries are implementing regulations to encourage the use of sustainable products. Burlap is one of the main choices for fashion products made from environmentally friendly materials. This product is an independently made product by a student group under the brand name De Goni. This research method uses qualitative and data collection by means of complete participatory observation, literature study, and literature study and the business planning model used is 7N1 Arrows of Export Management which focuses on understanding the market, product development, digital marketing, finding potential buyers, understanding international payments, logistics, customs, and continuous improvisation.

Keywords: *Export, Eco-Friendly, Sustainable.*

Abstrak
Saat ini, rencana bisnis ekspor masih menjadi bisnis yang memiliki peluang cukup besar. Salah satu produk ekspor yang berpotensial dikembangkan yaitu produk industri fesyen seperti pakaian ramah lingkungan. Hal ini dikarenakan banyaknya negara yang mulai menerapkan regulasi untuk mendorong penggunaan produk yang berkelanjutan. Kain goni merupakan salah satu pilihan utama untuk produk fesyen berbahan ramah lingkungan. Produk ini merupakan produk yang dibuat secara independen oleh kelompok mahasiswa dengan nama brand De Goni. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta pengumpulan data dengan cara observasi partisipatif lengkap, studi pustaka, studi literatur dan juga model perencanaan bisnis yang digunakan yaitu 7N1 Arrows of Export Management yang berfokus pada pemahaman pasar, pengembangan produk, pemasaran digital, mencari calon pembeli yang potensial, pemahaman pembayaran inernasional, logistik, bea cukai, dan improvisasi berkelanjutan.

Kata Kunci : Ekspor, Ramah Lingkungan, Berkelanjutan.

I. PENDAHULUAN

Ekspor menjadi salah satu strategi utama bagi perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis. Rencana Binis Ekspor merupakan kegiatan untuk

melakukan penjualan produk tertentu ke pasar internasional yang memiliki resiko dan peluang yang tinggi. Salah satu produk ekspor dari Indonesia yang memiliki potensi dan menjadi momoditas unggul adalah produk industri fesyen. Saat ini, kesadaran tentang produk ramah lingkungan mulai meningkat di pasar global. Hal ini ditandai dengan mulai banyaknya negara yang menerapkan regulasi mendorong penggunaan produk berbahan ramah lingkungan.

Menurut Menteri perdagangan (Zulkifli Hasan), Indonesia akan menjadi negara maju pada 2045 bahkan menjadi negara paling kuat nomor 5 di dunia dengan meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta meningkatkan kemudahan dalam melakukan ekspor ke pasar global karena Indonesia mempunyai berbagai kelebihan salah satunya bonus demografi. Oleh karena itu, industri fesyen harus dikembangkan di Indonesia untuk menjadi eksportir fesyen berkelanjutan nomor satu di dunia.

Produk pakaian berbahan dasar goni menjadi salah satu pilihan utama bahan ramah lingkungan berkelanjutan yang dapat menghindari dampak buruk dari limbah tekstil. Produk ini merupakan produk yang dikembangkan oleh kelompok mahasiswa yang memiliki komitmen kuat untuk mengurangi jejak lingkungan dari industri fashion. Produk pakaian kain goni dengan nama brand De Goni terinspirasi dari pelaku usaha produki kerajinan dan industri kreatif berbahan kain goni yang ada di Yogyakarta. Sejarah dibalik penggunaan bahan yang awalnya digunakan untuk karung hingga produk kerajinan guna mengurangi limbah tekstil yang sulit diurai dan memberi dampak negatif bagi bumi membuat kita ikut termotivasi dalam menerapkan gaya hidup berkelanjutan.

Pengembangan produk pakaian kain serat goni memiliki potensi ekspor yang besar karena mmiliki banyak kelebihan yang tidak dimiliki oleh bahan ramah lingkungan lainnya. Kain goni memiliki tekstur kasar dan alami yang memberikan kesan rustic pada pakaian dan aksesori. Kain ini juga merupakan cocok untuk menciptakan tampilan bohemian atau pantai, karena memiliki nuansa alami dan organik. Kain goni juga dapat dikombinasikan dengan bahan lain seperti sutra dan katun untuk menciptakan tekstur dan pola yang unik. Selain itu, Kain goni dikenal karena keawetan, kekuatan, dan keserbagunaannya. Kain ini terbuat dari serat alami, yang membuatnya ramah lingkungan. Serat goni memiliki ciri panjang dan berkilau, dengan warna cokelat keemasan yang memberikan tampilan khas pada kain goni. Kain goni mudah diwarnai, sehingga dapat diproduksi dalam berbagai warna. Kain ini juga mudah ditenun, sehingga menjadi pilihan populer untuk industri fashion.

Dalam merancang bisnis ini, digunakan strategi 7N1 Arrows of Export management yang dikembangkan oleh Handito Joewono selaku kepala sekolah dari Sekolah Ekspor. Strategi ini dapat membantu pelaku usaha ekspor untuk pemahaman yang lebih baik untuk pasar internasional dan proses ekpor yang lancar dengan mengikuti langkah-langkah yang benar. Penting bagi para pelaku bisnis untuk tetap memerhatikan tren dan kebutuhan pasar serta melakukan improvisasi berkelanjutan tidak hanya pada pasar lokal namun memperluas ekspansi dan menargetkan ke pasar global yang memiliki potensi lebih besar.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang meerupakan penjelasan mengenai suatu fenomena dan mengkonstruksi suatu teori yang berkaitan dengan fenomena berbentuk naratif. Penelitian dilakukan pada salah satu pelaku usaha dengan objek penelitian De Goni sebagai pelaku usaha produksi pakaian bahan kain goni. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi lengkap, studi pustaka dan studi literatur untuk tahapan identifikasi awal produk, serta metoda 7N1 Arrows of Export Management untuk tahapan pengembangan produk dan pengelolaan produk untuk diekspor.

Observasi Partisipasi lengkap

Observasi partisipasi lengkap merupakan metode penelitian dimana peneliti aktif terlibat dalam situasi atau lingkungan yang sedang diteliti sebagai anggota yang berpartisipasi penuh. Dalam metode ini, peneliti tidak hanya mengamati dari luar, tetapi juga secara aktif terlibat dalam kegiatan, interaksi, dan dinamika yang terjadi di dalam objek yang dteliti.

Studi Pustaka

Menurut (J. Supranto), seperti yang dikutip Ruslan dalam bukunya metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi, bahwa studi kepustakaan adalah dilakukan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahanbaham publikasi yang tersedia di perpustakaan (Ruslan, 2008:31). Studi kepustakaan digunakan untuk mempelajari sumber bacaan yang dapat memberikan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

Studi Literatur

Studi literatur adalah serangkaian kegiatan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Menurut Danial dan Warsiah (2009:80), Studi Literatur adalah merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Studi literatur dilakukan

untuk mengetahui lebih dalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam laporan agar hasil penelitian menjadi valid dan sesuai dengan teori. Literatur yang digunakan adalah literatur mengenai pengembangan bisnis produk ekspor industri pakaian ramah lingkungan berbahan kain serat goni.

Perencanaan Bisnis

Dalam melakukan pengembangan usaha bisnis produk ekspor perlu dilakukan tahap perencanaan dan riset pasar. Perencanaan dilakukan untuk mengidentifikasi ruang lingkup seperti segmentasi pasar, analisis kebutuhan pasar, analisis pesaing, serta penyusunan strategi yang sesuai. Kemudian hasil akhir yang akan dituju dengan cara menyelesaikan permasalahan dalam pengembangan bisnis. Pada penelitian ini, model perencanaan bisnis yang digunakan adalah strategi 7N1 Arrows of Export management. Penggunaan strategi 7N1 Arrows of Export management ini termasuk:

1. *Export Research:* proses pengumpulan informasi dan analisis mendalam terhadap lingkungan bisnis, pesaing, pasar, dan faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi perusahaan. Ini melibatkan pengumpulan data untuk memahami kondisi pasar dan peluang yang ada, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi pasar tersebut.
2. *Product Development*: proses pengembangan produk atau layanan baru atau peningkatan produk yang sudah ada. Ini meliputi tahap perencanaan, desain, pengembangan prototipe, pengujian, dan peluncuran produk ke pasar. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.
3. *Digital Business Branding and Marketing*: praktik pemasaran yang menggunakan platform digital dan teknologi online untuk menghubungkan dengan konsumen target secara efektif. Ini meliputi penggunaan media sosial, mesin pencari, email marketing, dan strategi online lainnya untuk mempromosikan merek, produk, atau layanan, serta untuk membangun hubungan dengan pelanggan.
4. *Business Matching*: proses mencocokkan atau menghubungkan perusahaan dengan mitra bisnis potensial yang cocok untuk bekerja sama, baik dalam konteks bisnis domestik maupun internasional. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi kerjasama yang saling menguntungkan antara perusahaan untuk mencapai tujuan bersama, seperti ekspansi pasar, pengembangan produk, atau peningkatan distribusi.
5. *Export Payment and Documentation*: metode dan instrumen keuangan yang digunakan untuk memfasilitasi pembayaran dan pembiayaan dalam kegiatan ekspor. Ini termasuk letter of credit (LC), bank guarantee, pembayaran tunai, serta pembiayaan perdagangan internasional untuk memastikan bahwa transaksi ekspor dapat dilakukan secara lancar dan aman.

6. *Export Logistic*: proses pengelolaan pengiriman fisik barang dari pemasok atau produsen ke pelanggan atau pasar tujuan. Ini meliputi pengaturan logistik, pengemasan, dan pengiriman barang secara internasional, serta persiapan dokumen ekspor yang diperlukan, seperti faktur, sertifikat asal, dan dokumen pengiriman lainnya untuk memenuhi persyaratan hukum dan bea cukai.
7. *Cross Border Customs* : prosedur dan kontrol yang diterapkan oleh otoritas bea cukai nasional di perbatasan internasional untuk mengelola impor dan ekspor barang. Prosedur ini umumnya meliputi pemeriksaan barang untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi impor, penilaian dan pengumpulan bea cukai serta pajak, serta verifikasi dokumen pendukung seperti faktur dan izin. Bea cukai lintas batas memainkan peran penting dalam memfasilitasi perdagangan internasional sambil menjamin keamanan nasional, penghasilan negara melalui bea dan pajak, serta kepatuhan terhadap regulasi dan standar perdagangan.
8. *Continuous Improvement:* melakukan improvisasi dan inovasi produk secara berkala atau berkelanjutan. Agar perusahaan dapat bertahan di persaingan yang ketat ini, perusahaan perlu melakukan beberapa langkah seperti selalu memantau apa yang dibutuhkan konsumen, membuat diferinsiasi produk serta adaptassi teknologi baru.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Export Research

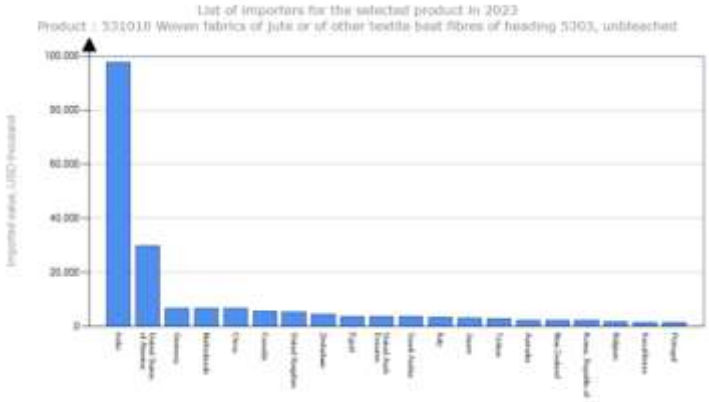
Proses evaluasi dan identifikasi peluang pasar untuk produk atau layanan tertentu di pasar tertentu dikenal sebagai potensi pasar. Proses ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap karakteristik pasar, perilaku konsumen, pesaing, serta faktor ekonomi dan sosial yang mempengaruhi permintaan dan penawaran produk. Pakaian berbahan dasar goni mempunyai potensi dimana sekarang mulai banyak negara yang menerapkan regulasi mendorong penggunaan produk berbahan ramah lingkungan. Hal ini juga berfungsi untuk terus meningkatkan kepedulian terhadap dampak lingkungan dari produk yang dibeli. Dengan menggunakan pakaian Eco-friendly kita dapat merubah gaya hidup dengan tema sustainable. Untuk memaksimalkan penjualan ekspor

Pakaian goni, perusahaan juga menentukan negara- negara yang mendukung tema sustainable development atau negara yang mempunyai musim dingin. Dengan menentukan target pasar yang tepat, perusahaan yang mengusung produk ramah lingkungan akan memiliki visibiltas yang kuat sehingga semakin banyak konsumen yang tertarik untuk merubah gaya hidup ke produk *sustainable*.

Tren pasar dapat menunjukkan permintaan akan produk ramah lingkungan di pasar global. Konsumen di berbagai negara akan semakin sadar akan dampak penggunaan produk mereka terhadap keberlanjutan lingkungan sehingga mereka akan mencari alternatif produk yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Pakaian berbahan dasar goni menjadi salah satu pilihan utama untuk menghindari dampak buruk dari limbah tekstil. Perusahaan menggunakan analisis tren untuk melihat perkembangan serta proyeksi dari produk yang akan di ekspor. Analisis tren juga dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keunggulan bersaing dari produk berbahan ramah lingkungan khusus nya kain goni serta memperkirakan perkembangan untuk di eskpor di masa depan.

Dalam pasar global, pesaing utama dalam produksi produk ramah lingkungan adalah perusahaan serupa atau perusahaan besar yang sudah mempunyai nama dan mulai menggunakan konsep sustainable Development untuk produk baru ke depannya. Hal ini dapat menjadi ancaman karena perusahaan baru tidak memiliki visibilitas yang kuat dibanding merek yang sudah besar. Namun, kebanyakan pesaing akan lebih cenderung menggunakan produk dengan bahan dasar kapas organik, bambu, wal alami sehingga De Goni memiliki keuntungan yang lebih karena komoditas yang digunakan termasuk unik dan jarang digunakan perusahaan lain.

Setelah mengetahui kebutuhan, permintaan dan pesaing yang ada di pasar, De Goni perlu melakukan strategi yang sesuai untuk menentukan tujuan negara yang berpotensional. Salah satu strategi untuk menentukan tujuan ekspor yaitu dengan menggunakan analisis SWOT yang digunakan untuk melihat dan membandingkan kelebihan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan hambatan (*threat*) yang muncul antara komoditas yang diekspor dengan negara tujuan ekspor. Selain itu, De Goni juga menggunakan *trade map* untuk melihat negara mana yang memiliki potensi ekspor pakaian kain goni.



Dari gambar Trade Map tahun 2023 dibawah, pakaian berbahan dasar kain serat goni memiliki potensi ekspor yang besar di negara India yang mengimpor lebih dari 80.000 dalam setahun.

Hal paling krusial dalam menjalankan bisnis adalah promosi. De Goni perlu melakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasikan kelompok konsumen yangn lebih tertarik dengan produk pakaian ramah lingkungan berbahan dasar kain serat goni. Misalnya, segmen target dapat mencakup konsumen yang peduli dengan lingkungan, mencari produk fashion berkelanjutan, dan mengutamakan kualitas dan gaya.

Selain itu, perusahaan De Goni bisa menggunakan strategi *Marketing Mix* yang dapat memungkinkan perusahaan menyesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pasar, menciptakan nilai tambah atau diferensiasi produk, serta membantu perusahaan untuk mengelola rantai nilai dengan lebih efektif.

1) *product,* memastikan produk pakaian goni memiliki desain yang menarik, kualitas yang tinggi, dan diperkuat dengan narasi keberlanjutan yang kuat.
2) *price,* menentukan strategi penetapan harga yang mempertimbangkan biaya produksi yang lebih tinggi untuk produk ramah lingkungan, tetapi juga menarik bagi konsumen yang mencari nilai dan keberlanjutan.
3) *place,* memilih saluran distribusi yang sesuai untuk menjangkau konsumen target pasar, baik itu melalui toko ritel, e-commerce, atau kemitraan dengan toko fashion berkelanjutan.
4) *Promotion*, menggunakan strategi promosi yang mencakup kampanye media sosial, iklan online, kolaborasi dengan influencer atau pakar keberlanjutan, serta partisipasi dalam acara atau pameran fashion yang berfokus pada keberlanjutan.

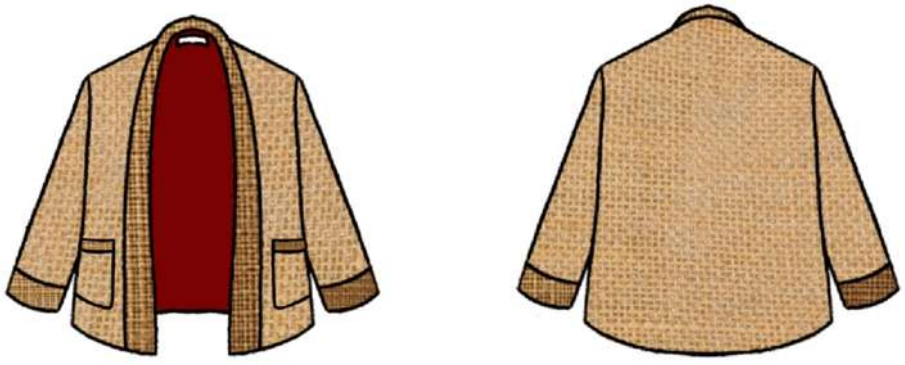
Terakhir, untuk memaksimalkan strategi pemasaran dijaman digitalisasi ini perusahaan De Goni perlu Manfaatkan kekuatan pemasaran digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tepat sasaran. Bangun dan kelola situs web perusahaan yang informatif dan menarik, optimalkan SEO untuk meningkatkan visibilitas online, dan gunakan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan memperluas jangkauan merek perusahaan.

Product Development

Kain goni telah mengalami banyak perubahan. Saat ini, banyak perusahaan yang mencari bahan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Kain goni sebagai salah satu pilihan untuk pakaian *sustainable*. Tekstur kain goni yang unik adalah salah satu alasan mengapa menjadi sangat populer di industri fashion. Kain goni memiliki tekstur kasar dan alami yang memberikan kesan rustic pada pakaian dan aksesori. Karena nuansa alami dan organiknya, kain ini juga cocok untuk gaya bohemian.

Dalam proses pengenalan produk untuk dipasarkan, penelitian dan observasi diperlukan untuk menemukan produk yang memiliki potensi pasar. Kami menemukan bahwa seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan lingkungan, produk yang ramah lingkungan sedang menjadi tren. Hal ini memengaruhi tindakan sehari-hari kita, seperti membuat keputusan untuk membeli barang. Konsumen lebih cenderung memilih produk yang dapat dibuang setelah digunakan daripada menyimpannya kembali. Perusahaan Degoni kemudian memutuskan untuk memasuki industri fashion setelah melakukan studi pasar.

Selain itu, kami percaya bahwa dengan terlibat dalam industri fashion, kami dapat menghadirkan inovasi dengan fokus pada tema "ramah lingkungan". Hal ini penting mengingat masalah limbah tekstil yang signifikan di dunia, yang mencapai 92 juta ton per tahunnya. Kami memilih goni sebagai bahan baku utama untuk produk fashion kami karena goni mudah ditemukan, mudah diolah, dan dapat dengan mudah diuraikan sesuai dengan tren "eco fashion" saat ini. Berikut adalah contoh sketsa produk yang dikembangkan.



Digital Business Branding and Marketing

Dalam kegiatan ekspor, branding sangat penting untuk memastikan bahwa barang dan jasa dikenal dan diminati oleh pasar global. Branding digital membantu bisnis memahami

pentingnya penggunaan platform digital untuk menyampaikan pesan merek dan membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan mitra bisnis. Ini karena konsumen di pasar luar negeri lebih cenderung untuk percaya bahwa barang atau jasa tersebut tersedia jika merek tersebut memiliki reputasi atau citra online yang kuat dan positif. Oleh karena itu, digital branding sangat penting bagi eksportir karena akan membentuk fondasi untuk keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

Langkah yang harus diambil oleh perusahaan De Goni adalah dengan menentukan identitas merek yang sesuai dengan nilai-nilai atau karakteristik produk yang ditawarkan. Identitas harus mencerminkan *sustainable*, ramah lingkungan, dan nilai-nilai sosial dengan penggunaan *Green Fashion.* Penentuan desain logo juga harus sesuai dengan visi yang diambil. Warna yang diambil oleh perusahaan De Goni yaitu Merah maroon untuk menyesuaikan dengan warna Lacorre. Filosofi yang ada pada logo perusahaan De Goni berasal terdiri dari 2 jenis logo, yaitu logogram (gambar) dan logotype (tulisan). Logogram dibentuk dari kombinasi huruf "g" dalam alfabet dan simbol simpul yang disederhanakan (dasar tekstur dan keunikan goni). Logotype atau tulisan "De Goni" diketik secara digital dan simbol knot diambil dari representasi material *Jute.*

Strategi komunikasi perusahaan De Goni dirancang untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen sambil menggarisbawahi komitmen kami terhadap keberlanjutan, inovasi, dan kualitas dalam produk pakaian berbahan goni. Kami mengadopsi pendekatan holistik yang mencakup berbagai elemen komunikasi untuk memastikan pesan-pesan utama tentang merek kami tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada audiens kami. Kami juga perlu melakukan pendekatan naratif yang kuat dengan memanfaatkan cerita-cerita di balik produk untuk tidak hanya memperkenalkan produk kami tetapi juga menginspirasi dan mengedukasi konsumen tentang manfaat menggunakan pakaian berbahan kain goni.

Selain itu, kami memanfaatkan secara maksimal keberadaan online untuk mencapai audiens global. Situs web yang akan dibuat pada perusahaan De Goni berfungsi sebagai pusat informasi utama bagi konsumen global untuk mengenal lebih dalam tentang produk kami, nilai-nilai merek, dan proses produksi. Kami memastikan bahwa situs web kami tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mudah dinavigasi dan dioptimalkan untuk pengalaman pengguna yang lancar. Selain itu, kami memanfaatkan platform e-commerce untuk memfasilitasi transaksi global secara langsung, menyediakan opsi pembayaran yang aman, dan menjangkau konsumen di seluruh dunia. Perusahaan De Goni aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk berinteraksi dengan konsumen, membangun komunitas online, dan memperluas jangkauan merek. Kami merancang kampanye digital yang kreatif dan berdaya tarik untuk meningkatkan kesadaran merek, melibatkan audiens target, dan mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan kami. Melalui konten yang relevan, seperti pembuatan kampanye yang disebarkan melalui Whatsapp, Twitter, Instagram, Tiktok, dan Youtbe atau dengan membuat video mengedukasi konsumen tentang manfaat kain goni dan menyoroti komitmen kami terhadap lingkungan.

Export Business Matching

Perusahaan yang menghasilkan produk ramah lingkungan seperti De Goni, perlu membangun dan mempertahankan hubungan bisnis yang kuat untuk menaikam visibilitas produk sustainable di pasar global. Langkah pertama adalah dengan mencari mitra bisnis atau pelanggan tingkat lokal yang memiliki komitmen serupa terhadap keberlanjutan dan lingkungan serta memastikan bahwa nilai-nilai perusahaan sejalan, tetapi juga membuka jalan bagi kolaborasi yang berkelanjutan dalam pengembangan produk dan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Selanjutnya, penting untuk komunikasikan dengan jelas dan konsisten mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, serta buktikan kredibilitas melalui implementasi nyata dalam produk dan operasional sehari-hari.

Selain itu, dalam mempertahankan hubungan bisnis, konsistensi dalam kualitas produk dan layanan sangatlah krusial. Memastikan bahwa produk pakaian goni tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga memenuhi standar kualitas yang dijanjikan akan membangun kepercayaan jangka panjang dengan mitra atau pelanggan. De Goni harus mencari inovasi baru yang dapat meningkatkan keberlanjutan perusahaan dan sampaikan secara terbuka kepada mitra tentang perkembangan ini. Dengan menjaga transparansi dan komunikasi terbuka

mengenai praktik bisnis dan inisiatif keberlanjutan, perusahaan dapat membangun hubungan bisnis yang kuat dan saling menguntungkan dalam jangka panjang.

Dalam mencari calon pembeli, De Goni perlu memberikan penawaran serta promosi yang mensarik dan edukatif. Banyak orang yang masih belum mengenal apa itu produk *sustainable*, karena itu De Goni juga perlu menjelaskan sejarah dibalik berdirinya industri ramah lingkungan, memberikan informasi mengenai dampak limbah tekstil yang sangat sulit diurai serta menjelaskan sejarah mengapa De Goni menggunakan kain serat goni untuk bahan produksi pakaian nya. Dengan begitu, calon buyer akan mempunyai pilihan untuk membeli produk De Goni yang ditawarkan.

Export Payment And Documentation

Transaksi keuangan yang melibatkan transfer uang atau pembayaran antara individu, perusahaan, atau lembaga di negara yang berbeda. Pembayaran ini biasanya terjadi dalam konteks perdagangan internasional, di mana barang, jasa, atau investasi disertai dengan transaksi finansial yang harus diselesaikan melalui sistem pembayaran internasional. Proses pembayaran internasional melibatkan penggunaan mata uang asing, konversi mata uang, serta berbagai metode pembayaran seperti transfer bank, wesel, letter of credit (LC), atau penggunaan instrumen keuangan internasional lainnya. Tujuan dari pembayaran internasional adalah untuk memfasilitasi transaksi lintas batas dan memastikan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam perdagangan internasional dapat menerima pembayaran yang sah dan sesuai dengan persyaratan yang disepakati.

Dokumentasi ekspor merupakan serangkaian dokumen yang diperlukan untuk memfasilitasi dan mengelola transaksi perdagangan internasional. Dokumen ini termasuk, namun tidak terbatas pada, invoice, packing list, bill of lading, certificate of origin, dan dokumen-dokumen lain yang mungkin diperlukan berdasarkan kondisi kontrak atau persyaratan hukum di negara asal maupun tujuan. Tujuan utama dari dokumentasi ekspor adalah untuk memastikan keabsahan dan keakuratan transaksi, serta untuk mendukung berbagai aspek perdagangan seperti pembiayaan, pengiriman, bea dan cukai, serta pemantauan dan audit keuangan. Dokumentasi yang lengkap dan akurat membantu mengurangi risiko hukum dan komersial, memfasilitasi proses pembayaran, dan memenuhi persyaratan regulasi yang berlaku, sehingga memungkinkan pelaku bisnis untuk menjalankan operasi ekspor dengan lancar dan efisien.

Agar dapat berhasil di pasar global saat ini serta mampu untuk memenangkan penjualan melawan pesaing asing, perusahaan De Goni perlu menawarkan persyaratan penjualan yang menarik kepada pelanggan yang didukung oleh metode pembayaran yang sesuai. Karena mendapatkan pembayaran secara penuh dan tepat waktu adalah tujuan akhir dari setiap penjualan ekspor, metode pembayaran yang tepat harus dipilih dengan cermat untuk meminimalkan risiko pembayaran dan juga mengakomodasi kebutuhan pembeli. Perusahaan akan menggunakan metode pembayaran yang umum digunakan serta sebisa mungkin menyesuaikan dengan permintaan konsumen untuk transaksi internasional yang nyaman. Selama atau sebelum negosiasi kontrak, perusahaan De Goni harus mempertimbangkan metode mana yang sama sam amenguntungkan dan tidak membebankan salah satu pihak.

Export Logistics

Pengiriman barang antara daerah dan negara adalah hal yang sangat sulit. Banyak hal yang perlu diurus untuk memastikan bahwa barang yang akan dikirim tiba dengan cepat di tangan pembeli. Setiap langkah dalam rantai distribusi fisik diawasi oleh perusahaan logistik. Dalam situasi seperti ini, manajemen logistik digunakan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat memberikan layanan kepada pelanggannya dengan tingkat produktivitas dan kualitas terbaik. Untuk mengelola proses distribusi, manajemen logistik adalah suatunkonsep atau pendekatan sistem yang lengkap. Proses distribusi ini mencakup segala hal, termasuk perpindahan bahan mentah secara fisik, perpindahan inventaris yang ada dalam proses, dan perpindahan barang jadi dari lokasi produksi ke lokasi konsumsi.

Manajemen persediaan yang efektif adalah kunci dalam operasi ekspor De Goni. Ini melibatkan perencanaan, pengadaan, dan pengelolaan stok barang dengan memperhatikan permintaan pasar dan waktu pengiriman. De Goni perlu menggunakan sistem informasi yang canggih untuk memantau persediaan mereka secara real-time, mengidentifikasi tren permintaan, dan memperkirakan kebutuhan persediaan di masa mendatang. Dengan strategi pengelolaan persediaan yang baik, De Goni dapat menghindari kekurangan stok yang dapat menyebabkan penundaan pengiriman atau kehilangan kesempatan pasar, sambil meminimalkan biaya penyimpanan yang berlebihan.

Selain itu, Penentuan rute dan moda transportasi merujuk pada proses pemilihan jalur dan jenis transportasi yang optimal untuk mengirimkan barang atau penumpang dari titik asal ke tujuan akhir dengan efisien dan efektif. De Goni perlu memilih rute dan moda transportasi

yang paling efektif untuk mengirimkan produk mereka ke pasar internasional. Ini melibatkan evaluasi berbagai faktor seperti jarak, biaya, waktu pengiriman, keamanan, dan keandalan. Misalnya, penggunaan jalur laut mungkin lebih ekonomis untuk pengiriman dalam jumlah besar, sementara pengiriman udara lebih cepat tetapi lebih mahal. Pemilihan moda transportasi juga harus mempertimbangkan keberlanjutan, dengan memilih opsi yang ramah lingkungan sejauh memungkinkan, sejalan dengan nilai-nilai De Goni tentang produk ramah lingkungan. Dengan merencanakan dan mengimplementasikan strategi logistik yang tepat, De Goni dapat memastikan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan yang tinggi dalam pasar ekspor mereka.

Evaluasi biaya transportasi dan penyimpanan menjadi kunci penting bagi De Goni dalam menjalankan operasi ekspor produk pakaian ramah lingkungan berbahan dasar kain goni. Biaya transportasi mencakup semua biaya yang terkait dengan pengiriman barang dari pabrik atau gudang De Goni ke pelanggan atau distributor di pasar internasional. Ini meliputi biaya pengiriman menggunakan moda transportasi seperti laut, udara, atau darat, serta biaya terkait dokumen pengiriman dan asuransi. De Goni perlu secara rutin mengevaluasi opsi transportasi yang tersedia untuk memastikan mereka memilih yang paling ekonomis dan efisien sesuai dengan kebutuhan pengiriman mereka.

Cross Border Customs

Peran bea cukai dalam ekspor adalah untuk mengatur dan mengawasi proses pemeriksaan, perhitungan, dan pengumpulan pajak atau bea yang dikenakan terhadap barang yang diekspor dari suatu negara. Bea cukai bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua persyaratan hukum dan peraturan terpenuhi sebelum barang bisa keluar dari wilayah pabean negara tersebut. Selain itu, bea cukai juga bertugas untuk menghitung dan mengenakan pajak atau bea yang relevan, seperti bea ekspor atau pajak pertambahan nilai (PPN) ekspor, yang harus dibayar sebelum barang bisa diekspor keluar dari negara tersebut. Dengan demikian, peran bea cukai dalam ekspor sangat vital untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi perdagangan internasional dan memfasilitasi kelancaran proses ekspor barang.

Proses pabean pada pengiriman internasional melibatkan serangkaian langkah yang harus diikuti oleh De Goni untuk memastikan barang mereka dapat diimpor ke negara tujuan dengan sah. Ini mencakup penyusunan dokumen pabean yang tepat, pemeriksaan dan pendaftaran barang, penentuan nilai dan tarif bea masuk, serta penyelesaian semua prosedur administratif

yang diperlukan sebelum barang dapat dilepas oleh otoritas bea cukai setempat. De Goni harus memahami persyaratan pabean yang berlaku di negara tujuan ekspor mereka, termasuk persyaratan khusus seperti sertifikat asal, dokumen inspeksi, atau izin khusus lainnya yang mungkin diperlukan oleh pihak berwenang setempat.

Persyaratan dokumen pabean untuk ekspor produk De Goni termasuk invoice ekspor yang merinci barang-barang yang dikirim beserta nilai dan syarat penjualan, packing list yang menjelaskan isi kemasan dan berat bersih barang, serta bill of lading yang berfungsi sebagai bukti kepemilikan barang dan tanda terima dari perusahaan pengangkut. Selain itu, sertifikat asal juga sering kali diperlukan untuk membuktikan negara asal barang, serta dokumen inspeksi atau izin ekspor lainnya sesai dengan regulasi negara tujuan.

Selain itu, De Goni juga harus mematuhi semua kebijakan dan peraturan pabean yang berlaku di negara tujuan ekspor mereka. Ini termasuk kepatuhan terhadap tarif bea masuk yang berlaku, prosedur pendaftaran barang, dan semua persyaratan lain yang ditetapkan oleh pihak berwenang setempat. Kepatuhan terhadap regulasi pabean tidak hanya mencegah masalah hukum dan denda yang dapat merugikan De Goni, tetapi juga memastikan bahwa reputasi mereka sebagai eksportir yang dapat dipercaya tetap terjaga. De Goni perlu memiliki tim yang terlatih dan sistem yang baik untuk memastikan bahwa mereka selalu berada dalam kepatuhan penuh terhadap regulasi pabean internasional. Mereka juga harus siap untuk beradaptasi dengan perubahan peraturan yang mungkin terjadi di pasar internasional, sehingga dapat tetap bersaing secara efektif dan menghindari masalah yang dapat mempengaruhi operasi ekspor mereka. Dengan menjaga komitmen terhadap kepatuhan dan keberlanjutan, De Goni dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar global dengan aman dan berkelanjutan.

Continuous Improvement

De Goni memahami bahwa dalam bisnis ekspor, konsep kontinuitas perbaikan adalah kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Ini mencakup upaya berkelanjutan untuk meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, dan respons terhadap pasar. Dengan menerapkan prinsip ini, De Goni tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan standar tinggi dalam produk pakaian ramah lingkungan berbahan dasar kain goni mereka tetapi juga untuk terus meningkatkan proses ekspor mereka dari segi kecepatan, keandalan, dan keberlanjutan.

Pentingnya adaptasi dan inovasi dalam lingkungan bisnis global menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang ada di

pasar global serta untuk menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan. De Goni menyadari pentingnya untuk tetap fleksibel dan responsif terhadap perubahan tren pasar, regulasi perdagangan internasional, dan permintaan konsumen. Dengan mengintegrasikan inovasi dalam produk mereka dan adaptasi strategi ekspor, De Goni dapat mengoptimalkan peluang yang muncul dan tetap kompetitif di pasar global yang kompetitif.

Untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan dalam ekspor, De Goni melakukan pemantauan dan evaluasi terus-menerus terhadap kinerja ekspor mereka. Ini melibatkan analisis mendalam terhadap metrik seperti volume penjualan, penerimaan, dan pangsa pasar di berbagai negara tujuan. Dengan memahami dengan baik kinerja mereka, De Goni dapat mengidentifikasi area di mana mereka dapat melakukan perbaikan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan hasil ekspor. Identifikasi peluang perbaikan dan inovasi menjadi bagian penting dari strategi De Goni dalam mendorong percepatan ekspor mereka. Mereka aktif mencari peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan produk baru atau varian, dan memperluas jangkauan pasar. Kolaborasi dengan tim internal, mitra bisnis, dan pemasok membantu mereka dalam mengeksplorasi ide-ide baru dan mengimplementasikan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global.

IV. KESIMPULAN

Usaha ekspor pakaian ramah lingkungan berbahan kain goni menawarkan peluang yang signifikan dalam mengikuti tren global menuju keberlanjutan. Kain goni, yang ramah lingkungan karena berasal dari serat alami dan dapat didaur ulang, semakin diminati oleh konsumen yang peduli lingkungan. Namun, sukses dalam ekspor memerlukan pemahaman yang mendalam tentang pasar internasional, kualitas produk yang konsisten, serta strategi pemasaran dan distribusi yang efektif. Dengan mengikuti strategi 7N1 Arrows Export of Management seperti penelitian pasar mendalam untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan, pengembangan produk yang inovatif dan sesuai dengan selera pasar global, implementasi strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau konsumen di pasar global, manajemen logistik yang efisien dan penanganan bea cukai lintas batas menjadi fokus penting dalam memastikan kelancaran proses ekspor, serta membangun jaringan kemitraan yang kuat dengan distributor lokal di pasar tujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat kehadiran merek pelaku usaha bisnis ekspor dapat menghasilkan pertumbuhan yang

berkelanjutan dan dapat beradaptasi nenghadapi persaingan global di industri fashion ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Border Guru Hermes. (2022, Juli 25). *Sustainable Fashion Industry in Europe*. Diambil kembali dari https://borderguru.io/: https://borderguru.io/sustainable-fashion-industry-in-europe/

Dr. Handito Joewono. (2022). *THE 5N1 ARROWS OF EXPORT MANAGEMENT Cara Mudah Ekspor.* Jakarta: Arrbey.

Felix Chung Kwok-pan, d. (2019). *Sustainable Fashion A survet on Global Perspective.* Hong Kong: KPMG.

Gramedia. (t.thn.). *9 Macam Alat Pembayaran Internasional*. Diambil kembali dari Gramedia: https://www.gramedia.com/literasi/alat-pembayaran-internasional/

Handito Joewono. (2012). *The 5 Arrows of Strategy Management.* Jakarta: Arrbey.

Herlinawati. (2022). Rencana Bisnis Ekspor Jam Tangan Skateboard Stongkin Hauwood ke Switzerland . *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2022*.

Indeed Team. (2023, Febuary 4). *9 Steps To Build a Strong Brand Identity (With Tips)*. Diambil kembali dari Indeed: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/brand-identity-building-methods

Joewono, H. H. (2006). *7 N 1 STRATEGY TOWARD GLOBAL COMPETITIVENESS.* JAKARTA: PUSTAKA BISNIS INDONESIA ARRBEY.

Kementrian Keuangan DIrektorat Jendal Bea dan Cukai. (t.thn.). *Indeks Pabean*. Diambil kembali dari https://www.beacukai.go.id/arsip/pab/ekspor.html

Kurniadi. (2021). Business Matching Model. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/publication/356377621_Business_Matching_Model

Mintense. (t.thn.). *Digital Export Marketing: Digital Marketing for Exporting*. Diambil kembali dari Mintense: https://www.mintense.com/blog/export-growth-through-digital-marketing/

Nasir, M. (2018). INDUSTRIALISASI & PRODUK RAMAH LINGKUNGAN. *The National Conferences Management and Business (NCMAB)* . Semarang: UMS.

Nuremberg. (2022, Maret 20). *Sustainability megatrend – German consumers' expectations of the fashion industry*. Diambil kembali dari An-Niq Company:

https://www.gfk.com/press/sustainability-megatrend-german-consumers-expectations-fashion-industry

Nurhalija Sitompu, Z. M. (2022). Peran Bea Cukai dalam Efektivitas Pelayanan Ekspor Impor (Studi pada KPPBC TMP C Teluk Nibung). *Jurnal Kolaboratif Sains*.

STANDARD, G. O. (2021). *GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD VERSION 6.0.* Rotebuhlstr. Diambil kembali dari https://global-standard.org/images/resource-library/documents/standard-and-manual/gots_version_6_0_en1.pdf

UMKM Indonesia. (2023, Maret 26). *Cara Menentukan Negara Tujuan Ekspor dengan Menggunakan Trade Map*. Diambil kembali dari UMKMINDONESIA.ID: https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/cara-menentukan-negara-tujuan-ekspor-dengan-menggunakan-trade-map.