

PELATIHAN PENINGKATAN DAYA EKSPOR IMPOR BAGI MAHASISWA ASING DI TIONGKOK

**Nunik Hariyanti¹, Agus Salim², Andri Pranolo³, Husnul Khotimah⁴,
Nalendra Putra Firdaus⁵, Dani Fadillah⁶**

^{1,4,5,6} Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan

² Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Ahmad Dahlan

³ Prodi Informatika, Universitas Ahmad Dahlan

e-mail: nunik.hariyanti@comm.ac.id, agus.salim@ep.uad.ac.id,
andri.pranolo@tif.uad.ac.id

Abstrak

Tiongkok menjadi salah satu negara tujuan pendidikan dunia karena memiliki jajaran perguruan tinggi top kelas dunia. Selain mahasiswa Indonesia, terdapat mahasiswa asing di Tiongkok yang berasal dari negara lain seperti Kamboja, Malaysia, Sudan, dan Indonesia. Tidak jarang kondisi keterbatasan ekonomi dihadapi oleh para mahasiswa. Sehingga muncul permasalahan dimana banyak dari para mahasiswa membuka peluang usaha namun tidak diimbangi dengan strategi dan komunikasi bisnis yang memadai. Berikutnya, bisnis yang sudah dibuat terkadang belum menjangkau pasar internasional yang lebih luas terutama di bidang ekspor impor. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan pengembangan bisnis lanjutan berupa pelatihan ekspor impor bagi mahasiswa asing di Tiongkok. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara luring dan daring berupa presentasi, diskusi, studi kasus, evaluasi, pre-test dan post-test. Hasil dari kegiatan ini didapat pengetahuan peserta terkait dengan ekspor impor dan dokumen yang perlu dipersiapkan meningkat.

Kata kunci: bisnis, ekspor, impor, mahasiswa, tiongkok

Abstract

China has become one of the world's education destination countries because it has several world-class universities. Apart from Indonesian students, there are international students in China from other countries such as Cambodia, Malaysia, Sudan, and Indonesia. It is not uncommon for students to face economic limitations. There is a problem that arises when many students open business opportunities. But need to be matched by adequate business strategy and communication. Next, businesses that have been created sometimes still need to reach a broader international market, especially in the export-import sector. The purpose of this service is to provide advanced business development training in the form of import-export training for international students in China. The method of implementing this activity is carried out offline and online in the form of presentations, discussions, case studies, evaluations, pre-tests, and post-tests. This activity increased participants' knowledge of export and import and increased the documents that needed to be prepared.

Keywords: business, export, import, student, tiongkok

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan hal yang penting bagi setiap manusia di seluruh dunia (Qadir Muslim et al., 2021). Melalui Pendidikan sumber daya pada setiap negara dapat mengalami peningkatan. Tiongkok merupakan salah satu negara yang memiliki banyak kemajuan dari berbagai aspek, termasuk pengembangan dunia pendidikan (Fadillah & Kumajaya, 2017). Tiongkok, dalam beberapa tahun ini, berhasil membuat kagum dengan prestasi yang didapatnya, yaitu mampu mengubah kondisi sosial ekonomi, yang sebelumnya sebagai negara berkembang, dan hanya mampu memberikan kebutuhan dasar namun sekarang mengalami perkembangan termasuk dalam sektor pendidikan (Wahab Syakhrani et al., 2022). Terbukti sekarang universitas di Tiongkok masuk dalam barisan perguruan tinggi top kelas dunia, hal tersebut menjadikan Tiongkok sebagai tempat untuk melanjutkan studi bagi para mahasiswa dari berbagai dunia (Luke Nolan, 2014).

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak mengirimkan para mahasiswanya untuk melakukan studi lanjut ke negara Tiongkok, (Saptanti, 2017). Hal tersebut disebabkan oleh poin penting yang ditekankan pada perjanjian Belt Road Initiative yaitu pengembangan dunia pendidikan kedua negara, sehingga adanya perjanjian ini banyak memberikan peluang oleh para mahasiswa Indonesia untuk bisa melanjutkan

pembelajaran ke negara Tiongkok dengan beasiswa penuh (Wahyuddin, 2019).

Peluang untuk warga Indonesia melakukan riset lanjut ke Tiongkok yang nyatanya berbarengan dengan kebijakan internasionalisasi gerakan Muhammadiyah yang menyebabkan timbulnya bermacam Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) di bermacam negara, termasuk di Tiongkok (Suara Muhammadiyah, 2020). Profil PCIM Tiongkok menampilkan kegiatan Muhammadiyah tidak berperilaku eksklusif melainkan sangat inklusif sampai banyak bersinggungan serta bisa diterima oleh para mahasiswa di Indonesia di Tiongkok dari bermacam golongan (Faqih, 2019).

Berbagai program yang diadakan atau melibatkan Muhammadiyah selalu disambut secara antusias oleh para mahasiswa Indonesia di Tiongkok, mulai dari pengajian, kegiatan olah raga, student symposium, hingga kegiatan charity.

Hal ini menandakan bahwa Muhammadiyah telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi para mahasiswa Indonesia di Tiongkok, dan tentu saja berbagai kegiatan itu mempengaruhi ketertarikan para mahasiswa Indonesia yang ada di Tiongkok untuk lebih dekat dan mengenal Muhammadiyah, terbukti dengan bergabungnya para mahasiswa Indonesia dalam kepengurusan dan komunitas PCIM Tiongkok, dimana mereka baru mengenal Muhammadiyah

justru ketika telah datang ke Tiongkok dari berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh PCIM.

Adapun potensi yang dimiliki oleh PCIM Tiongkok sebagai mitra non produktif adalah mampu menunjukkan bahwa tidak sedikit para mahasiswa asing yang harus mampu mandiri secara ekonomi agar dapat bertahan hidup di Tiongkok. Jenis wirausahanya pun bermacam-macam, ada yang berjualan hingga menawarkan jasa.

Pada tahun 2022 lalu tim pengabdian masyarakat internasional kami telah mengadakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan agar para mahasiswa Indonesia di Tiongkok memahami konsep merek/logo serta pelatihan strategi pengemasan produk/usaha dan pendampingan komunikasi bisnis di media digital. Dengan harapan usaha yang mereka rintis di Tiongkok dapat menggapai hasil yang lebih optimal, dalam melaksanakan pengabdian masyarakat tersebut kami bekerjasama dengan PCIM Tiongkok sebagai mitra pengabdian masyarakat Internasional. Pengabdian masyarakat internasional yang kami lakukan saat itu mendapat apresiasi besar dari para mahasiswa Indonesia di Tiongkok bahkan oleh warga Tiongkok sendiri, terbukti dengan jumlah peserta yang mencapai ratusan orang saat pengabdian tersebut kami lakukan. Adapun kriteria dari khalayak yang terlibat dalam pengabdian ini adalah mahasiswa yang sedang studi di Tiongkok.



Gambar 1. Kegiatan pengabdian tahun 2022 (Sumber : penulis)

Berkat pelatihan yang kami adakan tersebut, bisnis-bisnis para mahasiswa Indonesia dan Tiongkok mulai berkembang, bahkan dalam pantauan kami beberapa diantaranya sudah ada yang berupaya menjamah dunia bisnis ekspor-impor. Namun, berdasarkan analisis situasi permasalahan yang dihadapi mitra berupa: 1. Masih kurangnya strategi dan komunikasi bisnis yang memadai, dan 2. masih kurangnya pengetahuan mereka bagaimana cara melakukan bisnis ekspor-impor yang legal, aman, nyaman, mudah, berkesinambungan dan berdaya saing tinggi. Hal ini disebabkan oleh: 1) masih tidak terukurnya menentukan produk yang akan diekspor; 2) Minimnya pengetahuan terkait dokumen yang harus disiapkan untuk memastikan legalitas bisnis ekspor-impor; 3) Lemahnya pemahaman mereka dalam memahami isi dokumen dalam proses ekspor-impor; 4) Kurangnya pengetahuan mereka terhadap bagaimana menggunakan fasilitas ekspor-impor dari pemerintah; 5) masih belum maksimalnya pemanfaatan teknologi komunikasi dan internet untuk mengembangkan promosi dan komunikasi bisnis ekspor.

Atas dasar itu maka kami bekerjasama dengan PCIM Tiongkok dan Nanjing Normal University (NNU) untuk mengadakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan manajemen bisnis ekspor-impor kepada para mahasiswa Indonesia dan Tiongkok, dengan tujuan agar mereka dapat mengembangkan usaha dan bisnis yang hendak dan telah mereka rintis selama berada di Tiongkok dan dapat menunjang usaha mereka dan dapat membuka pasar lebih luas lagi terutama masyarakat Tiongkok itu sendiri.

Dengan mereka mengetahui bagaimana memilih-item-item potensial yang bias diekspor-impor akan membuat mereka tidak salah langkah dalam melaksanakan bisnis ini. Ini membuka peluang investasi yang luar biasa karena penempatannya yang tinggi di pasar Tiongkok. Selain itu mereka akan mengetahui fasilitas-fasilitas yang bias mereka akses selama menjalankan bisnis ekspor-impor ini serta tidak akan berhadapan dengan masalah hukum khususnya yang berkaitan dengan bea cukai.

Tujuan adanya pelatihan ini diharapkan dapat mejadi kontribusi nyata UAD dan PCIM Tiongkok dalam menciptakan generasi muda yang mandiri secara ekonomi serta melahirkan para pengusaha muda baru, sekaligus sebagai syiar Muhammadiyah yang baik di Tiongkok. Sebagaimana yang tertulis pada Q.S An-Nisa ayat 29 *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan*

janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dengan bekerjasama dengan PCIM Tiongkok dan sasaran pelatihannya adalah para pelajar mahasiswa asing yang studi lanjut di Tiongkok. Baik mereka yang sedang berwirausaha atau yang baru akan berwirausaha. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan pengabdian berupa in-kind berupa pengumpulan dan seleksi peserta kegiatan dan penyediaan lokasi kegiatan pengabdian pada masyarakat serta memberikan *transfer of knowledge* antara para mahasiswa senior dan junior. Adapun kegiatan ini dilaksanakan secara daring dan direkam serta dibagikan dalam bentuk video di akun YouTube PCIM Tiongkok, update informasi dan gambar melalui atau Instagram, serta sarana-sarana lain yang dikemudian hari dirasa sesuai dengan kondisi peserta. Proses pelatihan yang dilakukan, meliputi:

- Pelatihan menentukan produk yang akan diekspor
- Pelatihan mempersiapkan dokumen legalitas bisnis ekspor-impor

Kegiatan ini diawali dengan pre-test melalui Google Form untuk mengukur pengetahuan peserta sebelum mengikuti kegiatan. Kemudian dilanjutkan dengan presentasi yang dilakukan oleh narasumber dengan menggunakan studi kasus nyata antara Indonesia dan Tiongkok. Selajutnya kegiatan ini dilakukan dengan berdiskusi dengan para peserta. Sebelum mengakhiri kegiatan tahap pertama ini, peserta diberikan post-test

Google Form untuk mengukur pengetahuan yang didapat oleh para peserta terkait dengan ekspor-impor. Setelah itu, peserta mendapatkan pendampingan terkait ekspor impor oleh tim pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang berlangsung secara daring ini berjudul *unlocking Global Trade: Mastering Export and Import Strategies* telah dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2023 dilaksanakan secara daring. Kegiatan ini diikuti oleh 16 orang peserta yang berasal dari Kamboja (1 orang), Jerman (1 orang), Indonesia (7 orang), Malaysia (1 orang), Sudan (2 orang), dan Tiongkok (4 orang).

Berdasarkan analisa terkait dengan hasil *pretest* dan *posttest* oleh tim ditemukan beberapa hal (cek tabel 1). Pertama, peserta masih belum memiliki pengetahuan dasar terkait dengan pelaksanaan impor terutama ke negara asal masing-masing. Sebagaimana yang diketahui bahwa Tiongkok merupakan produsen aneka produk-produk dengan harga yang cukup terjangkau. Ini menjadi salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh peserta sebagai salah satu peluang usaha. Dengan harga yang terjangkau memudahkan pelaku usaha memulai usaha dengan modal yang kecil dan memeperkecil resiko dari kerugian.

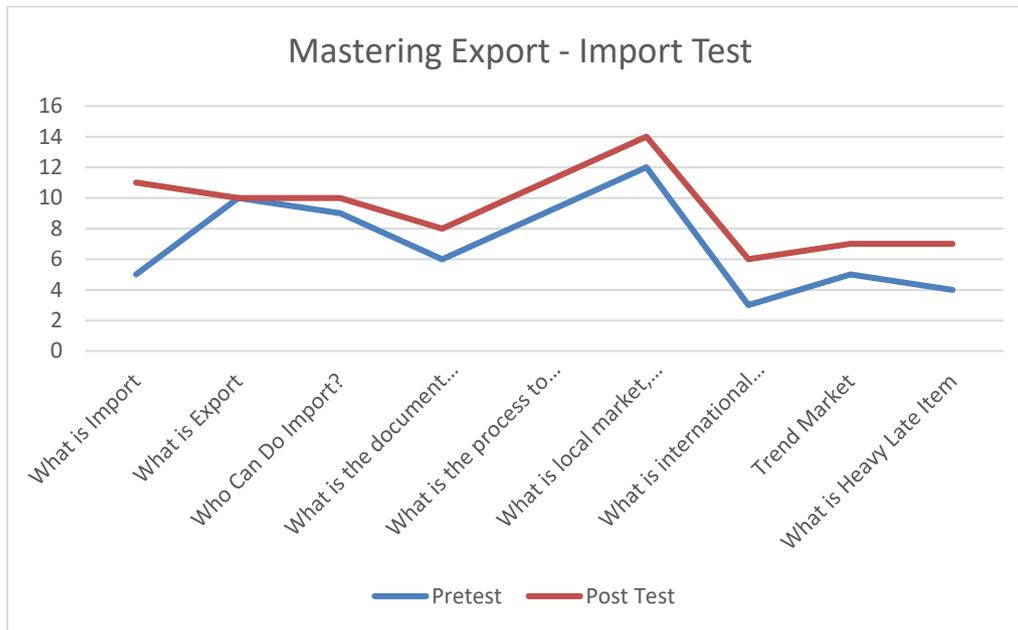
Kedua, terkait dengan trend market produk yang ditawarkan, peserta masih belum mengetahui produk-produk dengan kategori seperti

secondhand products or for goods (seperti elektronik, pakaian, tas, dan sepatu), *late items* (seperti elektronik, pakaian, tas, dan sepatu, *heavy late items* (*medical equipment, foods and beverages, and chemical things*), dan *sensitive items* (*medicine, cosmetics*). Ini menjadi salah satu komponen krusial karena dokumen ekspor-impor memerlukan data berupa *receipt, invoice, packing list* dan *CIF* (*cost, insurance and freight*) berdasarkan kategori produk-produk tersebut. Untuk itu pelaku usaha harus memiliki kecakapan dalam memilah produk-produk yang akan ditawarkan dalam proses ekspor-impor ini.

Ketiga, terkait dengan *local* dan *international market* menjadi salah satu aspek yang belum dibanyak diketahui oleh para peserta. Hal ini berhubungan dengan darimana produk didapatkan dan harga jual yang ditawarkan. Semakin murah barang yang ditawarkan akan menarik banyak pembeli dan begitupun sebaliknya. Terutama bagi peserta yang ingin menjadi *individual as importer* ini menjadi salah satu komponen yang dapat dipertimbangkan.

Faktor yang menghambat dalam pelaksanaan ini adalah pelaksanaan dilakukan di masa libur perkuliahan sehingga pengumpulan mahasiswa sangat sulit dilakukan. Walau kegiatan ini dilaksanakan secara daring tetap belum dapat memaksimalkan keberlangsungan dari kegiatan ini. Dengan alasan, kendala jaringan dan alasan personal lainnya.

Tabel 1. Hasil Pretest dan Postest kegiatan



KESIMPULAN

Simpulan dari kegiatan ini adalah terbuka peluang bagi siapapun terutama mahasiswa yang sedang belajar di luar negeri untuk dapat berwirausaha, salah satunya melalui ekspor dan impor dari negara tersebut. Saran untuk yang perlu dilakukan oleh para pemula di bidang ekspor impor adalah mengetahui tren market, mengetahui pasar yang memudahkan untuk mendapat barang (lokal atau internasional) dan penentuan harga jual. Terakhir pengetahuan terkait dengan dokumen ekspor impor dari negara setempat dan negara asal perlu dipahami secara mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi

pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43-43.

Bo, X. (2017). China, Indonesia agree to step up Belt and Road cooperation. *Xinhua*.

Fadillah, D., & Jandevi, U. (2020). Communication Model of Indonesian Student Organizations in China through the Indonesian Movement Helps. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 142. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3465>

Fadillah, D., & Kumajaya. (2017). Lompatan Strategis China Dalam Komunikasi Global. *Samudra Biru*.

Faqih. (2019). *PP Muhammadiyah*

- Melantik PCIM Tiongkok di Beijing. *Suara Muhammadiyah*. <https://suaramuhammadiyah.id/2019/12/11/pp-muhammadiyah-melantik-pcim-tiongkok-di-beijing/>
- Hendrawan, A. (2019). Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk umkm asti gauri di kecamatan bantarsari cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 50-61.
- Luke Nolan. (2014). Five Reasons Why You Should Study Abroad In China. *G-Meo*. <http://www.gmeochina.com/five-reasons-why-you-should-study-abroad-in-china/>
- Saptanti, I. R. (2017). Ni Hao, Nanning. *PT Inspirator Juara Indonesia*.
- Suara Muhammadiyah*. (2020). PCIM dan Amanat Internasionalisasi Muhammadiyah. *Suara Muhammadiyah*. <https://muhammadiyah.or.id/pcim-dan-amanat-internasionalisasi-muhammadiyah/>
- Sugiyanto, A. N., & Abidin, Z. (2019). PENGURUSAN DOKUMEN IMPORT TEKSTIL OLEH PT DINAMIKA EXPRESSINDO CABANG SEMARANG. *MUARA: Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 2(2), 65-74.
- Pratama, J., & Juliantio, J. (2022). DESIGN AND VIDEO DOCUMENTARY ANALYSIS OF COCONUT DERIVATE EXPORT PRODUCTS USING MDLC METHOD. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)*, 10(3), 227 - 238. <https://doi.org/10.47024/js.v10i3.496>
- Wahyuddin. (2019). Akselerasi Peningkatan Mutu Pendidikan di Indonesia Melalui Program The Belt and Road Initiative. In Fadlan Muzakki (Ed.), *Indonesia dalam The Belt and Road Initiative* (pp. 71–84). PPI Tiongkok.