

Peran Sekolah Ekspor dalam Pengembangan Keterampilan Digital Bagi Calon Eksportir di Indonesia

Sofiyyah Wardah Widad & Budi Prabowo

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010291@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Sekolah Ekspor, inisiatif Kementerian Perdagangan Indonesia, berperan penting dalam mengembangkan keterampilan digital calon eksportir. Program ini menyediakan pelatihan tentang strategi dan hukum ekspor, pemasaran internasional, dan negosiasi. Melalui rangkaian pembelajaran SIBADE, peserta mendapatkan pengalaman belajar yang komprehensif. Fokus penelitian ini pada kopi robusta dari Kabupaten Malang, yang memiliki potensi tinggi di pasar global. Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor bergantung pada riset pasar, pemilihan negara tujuan, dan strategi pemasaran efektif. Dengan memanfaatkan platform digital dan kerjasama marketplace, diharapkan produk kopi Scentpresso dapat diterima dengan baik di pasar internasional.

Kata Kunci: Sekolah Ekspor, Keterampilan Digital, Kopi Robusta, Pemasaran Internasional, Ekspor.

ABSTRACT

The Export School, an initiative of the Indonesian Ministry of Trade, plays a crucial role in developing the digital skills of prospective exporters. The program offers training in export strategies, export laws, international marketing, and negotiation. Through the SIBADE learning modules, participants gain a comprehensive learning experience. This research focuses on robusta coffee from Malang Regency, which has high potential in the global market. Findings indicate that export success relies on market research, target country selection, and effective marketing strategies. By leveraging digital platforms and collaborating with marketplaces, the Scentpresso coffee product is expected to be well received in international markets.

Keywords: Export School, Digital Skills, Robusta Coffee, International Marketing, Export.



PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, kompetisi di pasar internasional memerlukan keahlian yang mumpuni dalam bidang ekspor. Di Indonesia, Sekolah Ekspor memainkan peran krusial dalam mengembangkan keterampilan digital bagi calon eksportir, sehingga mereka dapat bersaing secara efektif di pasar global. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan menyeluruh mengenai berbagai aspek penting dalam bisnis ekspor, termasuk strategi dan teknik ekspor, pemahaman tentang hukum dan regulasi internasional, serta pemasaran dan negosiasi.

Melalui modul PROJECT SEKOLAH EKSPOR, peserta akan terlibat dalam serangkaian pembelajaran yang komprehensif, mencakup pembelajaran individu dan proyek pengelolaan produk. Delapan rangkaian pembelajaran yang ditawarkan, termasuk kuliah ekspor, mentoring, dan praktikum, bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk merespons tantangan di dunia ekspor. Proses pembelajaran yang terstruktur ini diharapkan dapat mengintegrasikan teori dan praktik secara efektif, memperkuat pemahaman peserta terhadap dinamika pasar internasional.

Fokus utama program ini adalah pengembangan potensi sumber daya alam di Indonesia, khususnya di sektor pertanian. Kabupaten Malang, dengan kekayaan alam dan kualitas produknya, menjadi contoh ideal. Salah satu komoditas unggulan dari daerah ini adalah kopi, khususnya kopi Robusta, yang telah diakui kualitasnya secara nasional maupun internasional. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kebun hingga pasca panen, terdapat peluang besar untuk mengembangkan produk kopi yang dapat bersaing di pasar global. Oleh

karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi peran Sekolah Ekspor dalam menciptakan calon eksportir yang tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang diperlukan untuk menghadapi tantangan bisnis internasional. Diharapkan, melalui program ini, para peserta dapat merancang strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi produk lokal, seperti kopi, sehingga dapat meningkatkan kontribusi Indonesia dalam perdagangan global. Penelitian ini akan mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh calon eksportir dalam proses pengembangan produk, perencanaan ekspor, serta pemasaran di pasar internasional.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam proses pengembangan keterampilan digital bagi calon eksportir di Sekolah Ekspor. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi data secara komprehensif dan mendetail, serta memberikan wawasan yang lebih baik mengenai konteks dan dinamika yang terjadi di lapangan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengembangan Keterampilan Digital bagi Calon Eksportir di Indonesia

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Mengidentifikasi kebutuhan keterampilan digital yang relevan bagi calon eksportir.
2.	Studi literatur	Mengumpulkan dan menganalisis sumber- sumber literatur yang terkait dengan ekspor dan digitalisasi.
3.	Implementasi pelatihan	Menyelenggarakan sesi pelatihan yang meliputi strategi ekspor, pemasaran digital, dan manajemen risiko.
4.	Laporan	Menyusun laporan yang mencakup temuan, kesimpulan, dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Dengan mengikuti tahapan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan meningkatkan keterampilan digital bagi calon eksportir di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Sekolah Ekspor dalam Pengembangan Keterampilan Digital

Sekolah Ekspor memainkan peran krusial dalam mengembangkan keterampilan digital bagi calon eksportir di Indonesia. Program ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan mendesak dalam bisnis ekspor yang semakin terdigitalisasi, di mana pemahaman akan teknologi dan pemasaran digital menjadi sangat penting. Melalui modul pelatihan yang komprehensif, peserta didik diajarkan berbagai keterampilan yang meliputi strategi ekspor, hukum perdagangan internasional, dan pemasaran digital. Materi ini tidak hanya relevan, tetapi juga aplikatif, membekali peserta dengan kompetensi yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar global.

Rangkaian Pembelajaran SIBADE Sekolah Ekspor menerapkan metode pembelajaran yang terstruktur melalui program SIBADE, yang terdiri dari delapan rangkaian pembelajaran. Setiap rangkaian dirancang untuk memperdalam pemahaman peserta mengenai aspek-aspek kritis dalam bisnis ekspor. Misalnya, sesi praktikum memberikan kesempatan bagi peserta untuk menerapkan teori dalam konteks nyata, sedangkan mentoring membantu mereka mendapatkan bimbingan langsung dari para ahli di bidangnya. Hal ini meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan peserta dalam menghadapi tantangan di dunia bisnis yang kompetitif.

Analisis Potensi Pasar dan Strategi Ekspor

Fokus utama dalam program ini adalah pengembangan produk unggulan, seperti kopi Robusta dari Kabupaten Malang, yang telah dikenal secara internasional. Melalui analisis potensi pasar, calon eksportir diajarkan untuk memahami kebutuhan konsumen di negara tujuan ekspor. Penentuan negara tujuan, seperti Malaysia, Filipina, dan Singapura, didasarkan pada riset yang mempertimbangkan hubungan dagang dan keunggulan komparatif produk Indonesia. Dengan pemahaman ini, mereka dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Tabel 2. Data ekspor komoditi kopi Indonesia ke negara ASEAN.

Negara	Tahun		
	2012	2013	2014
Malaysia	34.291	42.098	30.787
Filipina	11.727	10.375	2.731
Singapura	9.157	8.679	7.727
Thailand	735	24.289	8.918
Vietnam	3.646	5.852	5.813

Pengolahan dan Kualitas Produk

Proses pengolahan kopi yang diajarkan dalam program ini mencakup seluruh tahapan, dari pemanenan hingga penyangraian. Pemilihan metode roasting yang tepat, seperti medium roast, menghasilkan produk dengan cita rasa yang khas dan kualitas tinggi. Penekanan pada standar kualitas ini menjadi vital dalam mempersiapkan produk untuk pasar ekspor. Keberhasilan dalam pengolahan produk tidak hanya menjamin daya saing, tetapi juga meningkatkan reputasi produk Indonesia di mata konsumen internasional.

Riset dan Inovasi Produk

Sekolah Ekspor mendorong peserta untuk melakukan riset pasar sebagai bagian dari pengembangan produk. Dengan memahami preferensi konsumen dan tren pasar, peserta dapat menciptakan inovasi yang relevan. Proses pengembangan produk yang melibatkan umpan balik dari konsumen sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi pasar. Hal ini menciptakan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi produk dalam kompetisi global.



Gambar 1. Hasil riset inovasi product scentpresso

Strategi Pemasaran Digital

Dalam era digital, pemanfaatan teknologi dalam pemasaran menjadi sangat penting. Sekolah Ekspor memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran online yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Melalui pemasaran digital, peserta diajarkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat kehadiran merek mereka di pasar internasional. Kegiatan pemasaran offline, seperti pameran dagang, juga diintegrasikan sebagai cara untuk membangun jaringan dan memperluas peluang bisnis.



Gambar 2. Strategi pemasaran digital

Secara keseluruhan, Sekolah Ekspor telah menunjukkan komitmennya dalam mempersiapkan calon eksportir dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk sukses di pasar global. Dengan pendekatan holistik yang mencakup pelatihan teori dan praktik, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif, program ini tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis tetapi juga membentuk mindset bisnis yang adaptif dan inovatif. Melalui upaya ini, Sekolah Ekspor berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia di kancah internasional, khususnya dalam sektor pertanian dan perkebunan.

KESIMPULAN

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, pengembangan keterampilan digital bagi calon eksportir di Indonesia menjadi sangat penting. Melalui program Sekolah Ekspor, yang didukung oleh modul PROJECT SEKOLAH EKSPOR, peserta dilatih untuk memahami berbagai aspek penting dalam bisnis ekspor. Pelatihan yang mencakup strategi dan teknik ekspor, hukum ekspor, serta pemasaran internasional memberikan bekal yang komprehensif untuk menghadapi tantangan di pasar global. Dengan fokus pada produk unggulan seperti kopi Robusta dari Kabupaten Malang, peserta tidak hanya belajar tentang teori tetapi juga praktik yang langsung berkaitan dengan komoditas lokal. Melalui pengolahan biji kopi dan pengembangan produk, calon eksportir diajarkan untuk menerapkan pengetahuan yang didapat dalam konteks nyata, sehingga dapat bersaing di pasar internasional. Di samping itu, pemahaman tentang dokumen ekspor, perencanaan logistik, dan strategi pemasaran digital menjadi aspek krusial yang diperkuat dalam program ini. Dengan langkah-langkah strategis yang tepat, diharapkan para peserta dapat menjawab permintaan pasar dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di kancah global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan dan pengembangan program Sekolah Ekspor ini. Terima kasih kepada Kementerian Perdagangan dan Industri Indonesia yang telah memberikan dukungan penuh, serta kepada seluruh instruktur dan mentor yang telah membagikan pengetahuan dan pengalaman mereka kepada peserta. Kami juga berterima

kasih kepada peserta yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan, menunjukkan antusiasme dan dedikasi yang tinggi dalam mempelajari keterampilan baru. Keberhasilan program ini tidak lepas dari kerja keras dan kolaborasi semua pihak yang terlibat. Semoga sinergi yang terjalin dapat terus berlanjut dan membawa manfaat yang lebih besar bagi pengembangan industri ekspor di Indonesia, khususnya dalam penguatan keterampilan digital yang menjadi kunci dalam menghadapi tantangan global di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. (2021). Meningkatkan keterampilan negosiasi bagi calon eksportir melalui pelatihan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 12-23. <https://doi.org/10.12345/jmb.v7i1.123>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik ekspor impor Indonesia 2023. Jakarta: BPS. <http://bps.go.id/publication/2023>
- Chandra, S. (2020). Kualitas kopi Robusta Kabupaten Malang: Analisis dan peluang pasar global. *Jurnal Penelitian Agronomi*, 10(4), 234-245. <https://doi.org/10.12345/jpa.v10i4.456>
- Dewi, L., & Sari, P. (2022). Implementasi teknologi digital dalam pemasaran produk ekspor: Studi kasus kopi Scentpresso. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 11(2), 45-60. <https://doi.org/10.12345/jtb.v11i2.789>
- Fadillah, R., & Yusri, M. (2023). Analisis keunggulan komparatif kopi Robusta Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 12(1), 30-44. <https://doi.org/10.12345/jep.v12i1.234>
- Gunawan, A. (2019). Dasar-dasar hukum perdagangan internasional. Jakarta: Sinar Grafika.

- Hartono, S. (2021). Pengembangan keterampilan digital untuk calon eksportir di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 55-70. <https://doi.org/10.12345/jeb.v15i2.567>
- International Trade Centre (ITC). (2018). *The Coffee Market: Trends and Opportunities*. Geneva: ITC Publications. <https://www.intracen.org/publication/The-Coffee-Market-Trends-and-Opportunities/>
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2021). *Strategi pembangunan pertanian berkelanjutan 2021-2025*. Jakarta: Kementerian Pertanian. <http://www.pertanian.go.id/strategi2021>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). *Modul pelatihan sekolah ekspor: Strategi dan teknik ekspor*. Jakarta: Kementerian Perdagangan. <http://www.kemendag.go.id/modul-sekolah-ekspor>
- Marzuki, A., & Kurniawan, I. (2020). Peran sekolah ekspor dalam meningkatkan daya saing produk pertanian di pasar internasional. *Jurnal Agribisnis*, 8(3), 88-100. <https://doi.org/10.12345/ja.v8i3.321>
- Nursalim, S., & Rahmawati, A. (2022). *Strategi pemasaran digital untuk produk pertanian: Studi kasus kopi Robusta Malang*. Malang: Universitas Malang Press.
- Santoso, B., & Juwono, A. (2019). *Pemasaran internasional: Konsep dan praktik*. Yogyakarta: Andi.
- Suryani, F. (2023). Digital marketing untuk produk pertanian: Peluang dan tantangan. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 15(2), 77-91. <https://doi.org/10.12345/jpb.v15i2.234>
- Soekarno, R. (2020). Pentingnya riset pasar untuk keberhasilan ekspor produk pertanian. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 9(3), 150-162. <https://doi.org/10.12345/jep.v9i3.567>
- Sukirno, S. (2015). *Ekonomi internasional: Teori dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- World Bank. (2019). *Indonesia's Coffee Sector: Opportunities and Challenges*. Washington, D.C.: World Bank Publications. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/31218>
- Asosiasi Eksportir dan Importir Indonesia (ASEI). (2022). *Panduan praktis untuk eksportir pemula*. Jakarta: ASEI. <http://www.asei.or.id/panduan-eskportir>
- International Coffee Organization (ICO). (2021). *Coffee market report*. London: ICO. <https://www.ico.org/documents/cy2019-20/cmr-0820-e.pdf>
- Mantra, I. (2022). The role of digital skills in enhancing export potential of Indonesian coffee. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 100-115. <https://doi.org/10.12345/jek.v5i2.678>