

Sosialisasi Regulasi Ekspor dan Pemasaran E-Commerce Pada Sentra Kerajinan Industri Kaos Sablon Kawasan Jalan Suci Bandung

Minhajuddin ^{1*}, Abdul Rozak ², Khoirun Nisa Bahri ³

¹⁻³ Universitas 'Aisyiyah Bandung

* minhajuddin@unisa-bandung.ac.id

Abstrak

Perkembangan globalisasi yang sangat pesat dan sistem perdagangan bebas yang sudah melibatkan sebagian besar negara di dunia termasuk Indonesia. Maka semua pelaku industri domestik termasuk UMKM, harus menyadari pentingnya memahami regulasi ekspor sebagai bekal untuk bersaing di pasar global. Kegiatan ini bertujuan untuk mensosialisasikan regulasi ekspor dalam rangka optimalisasi pemasaran ke pasar global. Metode yang digunakan dengan cara penyampaian materi dan praktik pemasaran ekspor melalui e-commerce. Sosialisasi ini juga membahas bagaimana strategi bagi eksportir pemula dalam hal menganalisis target pasar yang akan dicapai dengan memanfaatkan proses digitalisasi. Pretest yang dilakukan menunjukkan bahwa para pelaku usaha sablon yang tergabung dalam komunitas Kampung Wisata Sablon (KWS) belum memahami urgensi pemasaran e-commerce dan belum mengetahui regulasi ekspor. Di akhir kegiatan setelah selesai tutorial desain e-commerce dan sosialisasi ekspor, hasil menunjukkan bahwa 100% peserta yang hadir sudah memahami proses pembuatan e-commerce sebagai saluran marketing dan memahami regulasi dasar ekspor.

Kata Kunci: *regulasi ekspor, pasar bebas, produk UMKM, Kampung Wisata Sablon*

Pendahuluan

Perkembangan perdagangan internasional yang semakin pesat menjadi salah satu peluang besar bagi para pelaku UMKM dalam negeri untuk memasarkan produknya ke luar negeri, hal ini tentunya diperkuat juga oleh proses globalisasi ekonomi di mana negara-negara di seluruh dunia terintegrasi dalam satu pasar global dan rintangan-rintangan yang semakin dihilangkan (Diphayana, 2018). Perdagangan bebas memungkinkan semua pelaku usaha bisa mengekspor produknya ke luar negeri tanpa adanya hambatan tarif. Salah satu perjanjian perdagangan bebas yang berpengaruh terhadap pasar Indonesia adalah perdagangan bebas ASEAN-China (ACFTA) pada 1 Januari 2010 (Rezasyah et al., 2020), yang semakin berkembang sampai saat ini. Implikasi dari perjanjian perdagangan bebas tersebut yang pada akhirnya membuat barang-barang dari China membanjiri pangsa pasar di ASEAN termasuk di dalam negeri Indonesia. Namun masifnya barang yang masuk dari China tidak lantas membuat Indonesia untuk berdiam diri. Upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Indonesia yaitu: 1) mendorong

berbagai produk dalam negeri untuk dapat dipasarkan dalam pasar bebas ASEAN-China sehingga dapat meraih keuntungan yang lebih optimal; dan 2) menyediakan akses dalam bentuk kemudahan berinvestasi yang lebih dioptimalkan (Khalidun, 2022).

Fenomena global tersebut seharusnya bisa diwujudkan sebagai sebuah peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk memetakan bagaimana terlibat dalam arus perdagangan global. Selain meningkatkan produksi, termasuk juga menjadi pilar bagi perekonomian bangsa. Ketika pelaku UMKM mampu meningkatkan aktivitas eksportnya dalam volume yang lebih besar dibandingkan dengan aktivitas impor maka akan berdampak pada surplus neraca perdagangan negara. Neraca perdagangan akan mengalami surplus ketika volume ekspor lebih tinggi daripada impor (Sugiyono, 2017). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa Ekspor nonmigas Desember 2022 mencapai US\$22,35 miliar dan ternyata Jawa Barat merupakan provinsi asal barang, ekspor Indonesia terbesar pada Januari–Desember 2022 dengan nilai US\$38,59 miliar atau sekitar 13,22% (bps.go.id, 2023). Data ini menjadi kabar baik bagi para pelaku UMKM di kota Bandung untuk lebih meningkatkan pengetahuan terkait kebijakan di sektor ekspor impor agar proses penetrasi pasar global bisa lebih diintensifkan.

Pentingnya pengenalan kebijakan pada sektor ekspor impor kepada para pelaku UMKM menjadi sebuah hal yang sangat krusial dalam rangka bersaing di pasar global. Selain itu, integrasi ekonomi Asean yang termaktub dalam kesepakatan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang akan diterapkan pada tahun 2025, akan mendorong para pelaku usaha untuk bersaing dalam iklim ekonomi yang terpadu dan terintegrasi penuh (Ekon.go.id, 2023). Salah satu prasyarat untuk mampu bersaing dengan pelaku usaha dari luar tentunya dengan memahami semua regulasi yang mengikat terkait aktivitas ekspor. Pemahaman tersebut seharusnya dimulai sejak dini sambil mempersiapkan teknis lainnya dalam rangka menghadapi persaingan dalam pasar global baik pada tataran internasional maupun pada level kawasan ASEAN.

Selain itu, perkembangan digitalisasi yang semakin pesat juga bisa menjadi potensi untuk mengintensifkan pemasaran barang melalui saluran e-commerce. Menurut (Damayanti & Murdani, 2019), adapun cara-cara yang dapat ditempuh untuk memanfaatkan saluran e-commerce sebagai langkah pembukaan pasar ekspor antara lain:

1. Pembuatan website pribadi untuk *company profile*;
2. Menggunakan media sosial dengan target sasaran internasional/negara tujuan tertentu;
3. Bergabung dengan *marketplace* internasional.

Kampung Wisata Sablon (KWS) merupakan komunitas pelaku usaha sablon yang terletak di jalan Surapati kota Bandung. Komunitas ini adalah pionir dari pelaku usaha sablon di kota Bandung yang sudah berdiri pada era dekade 1980an (KWS, 2023). Komunitas KWS memiliki visi untuk menciptakan kesejahteraan dalam bidang wirausaha terkhusus UMKM di wilayah rw 05. Komunitas ini sempat vakum pada masa pandemi Covid-19 karena sistem yang digunakan dengan metode pre order (PO). Mekanisme produksi yang hanya dijalankan ketika ada pemesanan dari pelanggan. Metode konvensional ini pula yang membuat komunitas KWS tidak mampu beroperasi pada saat pandemi Covid-19 karena tidak ada pesanan dari pelanggan.

Pandemi Covid-19 memang menimbulkan disrupsi di segala bidang termasuk dalam bidang usaha. Dampaknya sangat terasa apalagi bagi para pengusaha dari semua level. Sekitar 90% sektor UMKM yang mengalami kebangkrutan didominasi oleh UMKM yang masih menjalankan pemasaran produk dan jasa secara konvensional. Sementara itu, 10% sektor UMKM sisanya terpaksa gulung tikar karena menjual produk dan jasa yang kurang diminati oleh konsumen (Laksono et al., 2021). Komunitas KWS yang merupakan salah satu UMKM di Indonesia secara langsung akan merasakan dampak dari pasar bebas internasional maupun regional seperti ASEAN. Tetapi di samping persaingan yang ketat, pasar bebas ASEAN menjadi peluang tersendiri bagi UMKM di Indonesia untuk meningkatkan volume penjualannya. Menurut (Pudyastiwi & Djatmiko, 2020), peluang UMKM nasional Indonesia dalam merebut persaingan pasar AEC antara lain:

1. Indonesia merupakan pasar potensial yang memiliki luas wilayah dan jumlah penduduk yang terbesar di kawasan (40% dari total penduduk ASEAN)
2. Indonesia merupakan negara tujuan investor ASEAN. Proporsi investasi negara ASEAN di Indonesia mencapai 43%
3. Indonesia berpeluang menjadi negara pengekspor, dimana nilai ekspor Indonesia ke intra-ASEAN hanya 18-19% sedangkan ke luar ASEAN berkisar 80- 82% dari total ekspornya.

Atas hal tersebut, maka dianggap perlu untuk melakukan sosialisasi kepada seluruh pelaku usaha yang berada di bawah naungan komunitas KWS tentang pentingnya saluran pemasaran melalui e-commerce di era digitalisasi yang sangat berkembang pesat. Selain itu, perlu juga untuk melakukan sosialisasi regulasi ekspor kepada seluruh pelaku usaha untuk memperluas perspektif mereka bahwa dengan kondisi dunia internasional yang sudah memasuki pasar bebas, maka persaingan di dunia usaha bukan hanya berasal dari pengusaha domestik tetapi juga dari pengusaha dari luar negeri.

Dalam hal e-commerce, kekuatan Indonesia sebenarnya berada pada kondisi di mana pengguna internet yang terus meningkat. Kelemahan Indonesia yaitu ada pada infrastruktur telekomunikasi yang masih lambat sehingga mengganggu dalam melakukan kegiatan transaksi melalui internet, teknologi informasi yang juga masih tertinggal dibanding negara lain yang sudah maju (Yuliani, 2020). Selain itu, salah satu tantangan yang perlu diatasi untuk mengembangkan e-commerce di Indonesia adalah membuat regulasi e-commerce yang dapat memberikan keamanan dalam melakukan aktivitas jual beli barang dan jasa. Jaminan keamanan harus diperjelas dan disosialisasikan (Bahtiar, 2020). Pemerintah mempunyai tanggung jawab dalam hal mengatur dan membangun sebuah ekosistem serta regulasi yang kuat agar dalam tataran pelaksanaannya, masyarakat tidak menemui kesulitan dan mampu bersaing dengan pihak lain.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di komunitas KWS kawasan jalan Suci kota Bandung merupakan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan secara berkelanjutan untuk membantu pengusaha kaos sablon dalam memasarkan produknya ke pasar internasional. Pada pelaksanaan awal, dilakukan tutorial pembuatan e-commerce dan sosialisasi regulasi ekspor sebagai langkah awal untuk membuka cakrawala berpikir para

pelaku usaha sablon. Mengingat pentingnya pemasaran melalui *e-commerce* di era perkembangan digitalisasi seperti saat ini, maka diharapkan para pelaku usaha sablon KWS mampu menggunakan instrumen digitalisasi dalam bersaing di pasar global.

Metode Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang diadakan pada komunitas KWS kota Bandung diprakarsai oleh dosen Perdagangan Internasional Unisa Bandung dengan tiga rangkaian acara yaitu sosialisasi pemasaran melalui *e-commerce*, praktik langsung bagaimana mendesain aplikasi *e-commerce* dalam rangka pemasaran produk, dan sosialisasi regulasi ekspor sebagai bekal untuk memasuki persaingan pasar bebas. Ketiga metode yang disampaikan memiliki keterkaitan dengan tujuan yang sama yaitu para pelaku usaha sablon komunitas KWS mampu meningkatkan volume penjualannya setelah beberapa tahun tidak mampu menghidupkan usaha karena terkena dampak pandemi covid-19. Selain itu, mereka mampu memasuki persaingan pasar di dunia global dengan kemudahan proses ekspor yang sudah difasilitasi oleh pemerintah.

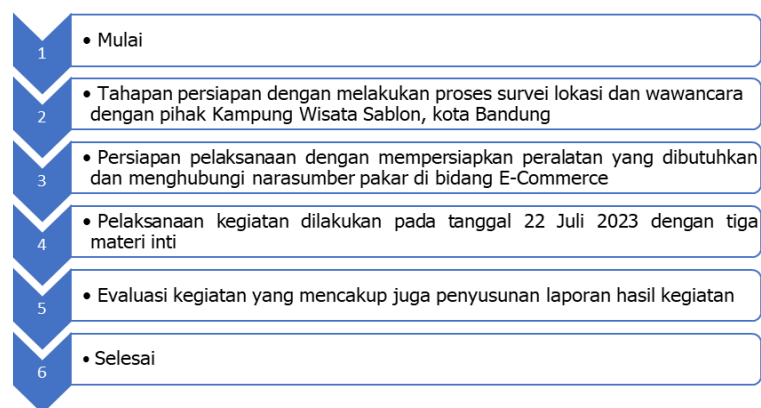
Pelaksanaan program ini mulai dilaksanakan sejak periode Maret sampai dengan September 2023 dengan beberapa tahapan yang dilakukan. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Sebelum penentuan lokasi kegiatan, dilakukan proses survei terlebih dahulu untuk mengenal karakteristik Kampung Wisata Sablon dan melakukan korespondensi dengan ketua komunitas yaitu Denny Juniardhi. Pada tahapan ini, dilakukan proses wawancara mendalam dengan ketua komunitas terkait sejarah komunitas KWS dan bagaimana mereka bertahan pada saat masa Pandemi Covid-19.
2. Setelah menentukan topik dan lokasi pengabdian, dilakukan tahapan persiapan kegiatan dengan beberapa hal yaitu persiapan secara teknis dan menghubungi narasumber yang memiliki kompetensi di bidang *e-commerce* yang akan mendukung dalam pengenalan proses pemasaran ekspor melalui saluran digitalisasi.
3. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi diadakan pada tanggal 22 Juli 2023 di aula Balai RW, kelurahan Cihargeulis, kecamatan Cibeunying Kaler, kota Bandung. Kegiatan pengabdian ini melibatkan anggota komunitas KWS yang juga merupakan pelaku usaha Sablon, mahasiswa Universitas 'Aisyiyah Bandung dan pihak lain yang diundang.
4. Pada pelaksanaan kegiatan, terdapat tiga materi inti yang dimaksudkan sebagai dasar pengetahuan bagi pelaku usaha sablon untuk meningkatkan produksi dan penjualan mereka. Materi-materi tersebut yaitu:
 - a) Pemahaman tentang manajemen produk ekspor
 - b) Sosialisasi regulasi ekspor dalam proses peningkatan jumlah penjualan dan menembus pasar internasional
 - c) Pemasaran Produk Ekspor Melalui Penerapan Aplikasi *e-commerce* pada Sentra Kerajinan Industri Kaos Sablon
5. Tahapan terakhir dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dan menyusun laporan hasil kegiatan. Proses evaluasi dilakukan secara menyeluruh termasuk dengan tingkat kepuasan para partisipan yang berasal dari komunitas KWS dalam mengikuti kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan.

Metode pelaksanaan kegiatan PkM ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 22 Juli 2023 yang berlokasi di aula balai RW, kelurahan Cihargeulis, kecamatan Cibeunying Kaler, kota

Bandung. Alat yang digunakan untuk antara lain laptop, in focus, layar sedangkan alat pendukung yang digunakan dalam hal praktik langsung desain aplikasi e-commerce adalah pulpen, hasil print tutorial e-commerce, dan post it. Metode pelaksanaan ini dipadukan dalam satu rangkaian kegiatan karena saling berhubungan satu dengan yang lain. Pada perkembangan digitalisasi seperti saat ini, saluran pemasaran ekspor yang paling efektif adalah melalui e-commerce tanpa melupakan regulasi yang berlaku. Para peserta aktif dalam berinteraksi dengan narasumber untuk memahami lebih lanjut mengenai proses mendesain e-commerce agar menarik perhatian calon pembeli. Partisipan juga aktif bertanya mengenai seluk beluk ekspor khususnya dokumen yang harus dipersiapkan ketika akan menjadi eksportir pemula.

Tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan di Komunitas KWS kota Bandung, digambarkan pada bagan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Komunitas KWS jalan Suci merupakan kelompok pelaku usaha di bidang sablon yang sudah memiliki struktur organisasi yang sudah berjalan. Organisasi tersebut memudahkan mereka dalam hal koordinasi kegiatan dan peningkatan soft skill bagi semua anggota pelaku usaha.

Tabel 1. Struktur Organisasi Kampung Wisata Sablon

Penasehat	: Bapak Siman : Bapak Bram : Bapak Wahyu
Ketua KWS 05	: Denni Juniardhy
Sekretaris KWS 05	: Mochamad Fachrozi
Bendahara KWS 05	: Ibu Ninik
Divisi Marketing	: Cintya Dewi s : Ragil
Divisi Humas	: Deni
Divisi Content Creator	: Adi
Divisi Pengembangan Usaha	: Teguh
Divisi Logistik	: Fahmi
Divisi Kesenian	: Hendrayana
Divisi Lingkungan Hidup	: Deden R
Divisi Pelatihan dan Edukasi	: Dian Hermawan

Anggota yang tergabung dalam komunitas KWS sudah memiliki profil usaha sendiri yang berjumlah 36 pelaku usaha. Pada saat pelaksanaan pengabdian, tidak semua pelaku usaha bisa hadir karena pada saat itu, bertepatan dengan hari Sabtu di mana para pelaku usaha sedang mengerjakan target mingguan. Profil pelaku usaha yang berada di bawah naungan komunitas KWS sebagai berikut:

Tabel 2. *Daftar Profil Pelaku Usaha Anggota Komunitas KWS*

No	Nama Profil Pelaku Usaha	No	Nama Profil Pelaku Usaha
1	Twentysix screen printing and production	19	Agator
2	Black box_id	20	Wadera production
3	Rakintama	21	Request wardrobe
4	Bhodink wear industries	22	Zip konveksi
5	Studio gunawan screen printing	23	Rizky konveksi
6	Kay rumah sablon dan konveksi	24	Yanz tailor
7	Little aussie clothing	25	Merzy tailor
8	Madame 100% bandung hardwear performance	26	Ba_nci steam \$ packing
9	Loan screen printing	27	Marsen steam
10	Morazen setting desain clothing	28	Nuni steam
11	Palugada screen printing	29	R3 steam
12	Gilmour	30	Radika steam
13	Four one production	31	M-15 steam
14	Witoz screen printing	32	Nisa steam
15	Mtm screen printing	33	Mia steam
16	Mabes screen printing	34	Hanan steam
17	Rimay steam	35	Opung steam
18	Fa collection		

Dalam rangka mengukur pemahaman anggota komunitas terkait materi yang akan disampaikan, maka diadakan pretest sebelum pelaksanaan kegiatan. Pada hasil pretest yang dilakukan sebelum rangkaian acara dimulai, ditemukan data sebagai berikut:

Tabel 3. *Hasil pretest terkait materi PkM yang akan disampaikan*

Persentase Pengetahuan	Persentase yang sudah Mengaplikasikan
90% belum memahami desain e-commerce	100% belum menggunakan e-commerce untuk pemasaran
95% belum memahami kemasan ekspor	100% belum membuat kemasan produk ekspor
100% belum memahami regulasi ekspor	100% belum pernah mengekspor produk usaha

Kegiatan ini dibuka dengan beberapa proses formal sebelum memasuki acara ini. Pembukaan acara terlebih dahulu dimulai dengan menyanyikan Indonesia Raya (Gambar 1). Kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari pihak komunitas KWS terkait harapan yang diinginkan dari pelaksanaan kegiatan PkM ini. Dalam hal ini, pihak KWS diwakili oleh penasehat komunitas yang sekaligus menjabat sebagai ketua RT 05 di kawasan jalan Suci kota Bandung (Gambar 2). Dalam sambutannya, penasehat komunitas KWS berharap agar kegiatan PkM ini berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi seluruh anggota komunitas dalam hal mendorong perkembangan usaha sablon yang merupakan mata pencaharian sebagian masyarakat setempat.

Kegiatan selanjutnya dilakukan dengan memberikan materi mengenai proses pengemasan produk ekspor agar sesuai dengan standar internasional (Gambar 3). Materi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh pelaku usaha bisnis bahwa dalam hal memasuki persaingan usaha internasional, maka pengemasan produk menjadi

salah satu hal yang harus dipahami dengan baik. Produk ekspor yang tidak dikemas dengan baik dan rapi tidak akan mampu bersaing di pasar internasional. Proses pengemasan produk ekspor memperhatikan berbagai detail yang sesuai dengan standar internasional.



Gambar 2. *Prosesi pembukaan acara dengan menyanyikan Indonesia Raya*



Gambar 3. *Kata Sambutan dari pihak komunitas KWS*

Sebagai informasi, belum ada pelaku usaha sablon pada komunitas KWS yang pernah melakukan aktivitas ekspor sehingga mereka belum memahami detail mengenai pengemasan produk ekspor yang sesuai standar internasional. Dalam pemberian materi, diadakan juga tanya jawab mengenai apa yang belum dipahami oleh para anggota komunitas KWS mengenai pengemasan produk yang selama ini dilakukan. Mayoritas pelaku usaha sablon komunitas KWS tidak melakukan pengemasan produk secara detail karena pangsa pasar masih dalam ruang lingkup domestik sehingga tidak ada proses quality control dalam tahap pengemasan.



Gambar 4. Pemberian materi pengemasan produk Ekspor

Setelah proses penyampaian materi pengemasan produk ekspor, tim kami memberikan tutorial pembuatan e-commerce dan teknik membuat desain e-commerce yang menarik dalam rangka memudahkan proses pemasaran ke pasar global (Gambar 4). Proses pembelajaran dimulai dengan membagikan beberapa print out contoh e-commerce melalui website canva.com kemudian para pelaku usaha diinstruksikan untuk mengisi beberapa lembar salinan yang terdiri dari nama brand, deskripsi produk, detail bahan produk dan deskripsi lain yang mendukung branding dari masing-masing produk pelaku usaha sablon. Di era teknologi informasi yang terus berkembang, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) perlu memanfaatkan aplikasi digital untuk membantu pemasaran dan pendistribusian produk bisnisnya (Rohman et al., 2022). Proses tutorial dilakukan dengan memperhatikan semua aspek yang harus digambarkan di dalam e-commerce terkait produk yang akan dipasarkan. Informasi yang dicantumkan di e-commerce tidak boleh berbeda dengan detail produk yang akan dihasilkan oleh para pelaku usaha karena menjadi gambaran dan daya tarik bagi calon pembeli untuk melakukan pemesanan barang.



Gambar 5. Pemaparan Materi Mendesain E-commerce

Setelah proses penyampaian materi dengan tutorial mendesain aplikasi e-commerce, para peserta memperlihatkan hasil dari desain aplikasi e-commerce yang masih manual melalui print out lembar tutorial (Gambar 5). Hasil dari proses tutorial ini yang nantinya akan dituangkan sendiri oleh para peserta ke dalam aplikasi e-commerce masing-masing pelaku usaha. Desain aplikasi selanjutnya dievaluasi secara bertahap untuk melihat progres yang sudah dilakukan oleh para pelaku usaha sablon.



Gambar 6. Tutorial Mendesain aplikasi E-commerce

Tahapan kegiatan selanjutnya adalah sosialisasi regulasi ekspor untuk memperkenalkan apa saja yang harus dipersiapkan oleh para pelaku usaha sablon sebelum terjun ke dunia ekspor. (Gambar 6). Dalam tahap kegiatan ini, dipaparkan mengenai dokumen-dokumen yang wajib dimiliki oleh para pelaku usaha untuk menjadi seorang eksportir. Dokumen eksportir pemula seperti berbadan hukum (CV, Firma, PT dll), memiliki NPWP dan surat izin usaha perdagangan (SIUP). Pada sesi tanya jawab, mayoritas peserta kegiatan belum memiliki dokumen dasar yang dibutuhkan untuk menjadi eksportir bahkan mereka belum memahami urgensi dari dokumen-dokumen tersebut.



Gambar 7. Pemaparan Materi Regulasi Ekspor

Setelah semua rangkaian kegiatan selesai, maka diadakan posttest untuk mengukur tingkat pemahaman bagi semua peserta setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat. Dari hasil posttest, ditemukan kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil posttest terkait materi PkM yang akan disampaikan

Persentasi Pengetahuan Peserta	Persentase Hasil Yang Diinginkan
100% sudah memahami proses desain <i>e-commerce</i>	100% sudah membuat aplikasi <i>e-commerce</i>
100% sudah memahami proses pengemasan produk Ekspor	100% sudah membuat dummy pengemasan produk Ekspor
100% sudah memahami regulasi Ekspor	100% akan menyiapkan dokumen sebagai Eksportir

Kesimpulan

Pada awalnya, Kampung Wisata Sablon kota Bandung yang terdiri dari kumpulan pelaku UMKM, masih melakukan pemasaran produknya secara konvensional dengan metode pre order sehingga produksi tidak terlalu optimal dan tidak mampu memaksimalkan keuntungan yang ditargetkan. Mereka memiliki keterbatasan untuk memperkenalkan secara luas mengenai produk unggulan yang mereka miliki, baik di pasar domestik maupun di pasar global.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan interaksi antar negara yang tidak terhalang lagi dengan batas-batas teritorial, mengharuskan semua pelaku usaha untuk berani mengambil risiko bersaing di pasar global. Hal ini juga diperkuat dengan sudah berlakunya pasar bebas yang membuat barang-barang impor tertentu bebas masuk ke dalam pasar domestik.

Pasar bebas mengharuskan semua pelaku usaha untuk bersaing bukan hanya kompetitor dalam negeri tetapi juga dari luar negeri. Sosialisasi regulasi ekspor ini akan membantu para pelaku usaha yang tergabung dalam Kampung Wisata Sablon, akan memahami regulasi apa yang harus dipenuhi jika akan memasuki pasar global. Sebelum melakukan proses pemasaran produk, tentu yang harus dipahami adalah regulasi yang berlaku.

Setelah kegiatan berlangsung, para pelaku usaha sablon antusias untuk mencoba menerapkan materi yang sudah diberikan, termasuk akan melakukan perubahan pola saluran pemasaran yang selama ini digunakan. Mereka akan menggalakkan *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas termasuk juga pasar internasional. Keunggulan yang mereka tonjolkan karena barang-barang produk mereka dihasilkan tidak menggunakan mesin tetapi *hand-made*. Biasanya, barang-barang jenis ini diminati oleh pasar Eropa karena dianggap lebih autentik.

Para pelaku usaha sablon di komunitas KWS dalam bersaing di pasar global jika memahami regulasi terkait ekspor. Setelah itu, mereka juga harus mampu memaksimalkan saluran pemasaran melalui *e-commerce* karena selain biayanya murah, juga bisa menjangkau pasar yang jauh lebih luas dibandingkan ketika menggunakan metode konvensional yang selama ini dilakukan.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas 'Aisyiyah Bandung yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan kegiatan PkM pada tahun 2023. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Kampung Wisata Sablon (KWS) jalan Suci kota Bandung terkhusus ketua komunis, kang Denni Juniardhi yang dengan tangan terbuka menyambut maksud dan tujuan kami untuk berkolaborasi dalam pelaksanaan PkM dalam rangka memberikan pemahaman ekspor dan proses pemasaran ekspor kepada anggota komunitas.

Referensi

- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1), 13–25.
- bps.go.id. (2023). *Perkembangan Ekspor*. bps.go.id.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/01/16/1961/ekspor-desember-2022-mencapai-us-23-83-miliar--turun-1-10-persen-dibanding-november-2022-dan-impor-desember-2022-senilai-us-19-94-miliar--naik-5-16-persen-dibanding-november-2022.html>
- Damayanti, C., & Murdani, A. D. (2019). Sosialisasi Pengembangan Ekspor Melalui International E-Commerce di Kampung Batik Laweyan Solo. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
- Diphayana, W. (2018). *Perdagangan internasional*. Deepublish.
- ekon.go.id. (2023). *Masyarakat Ekonomi ASEAN*. ekon.go.id.
<https://meaindonesia.ekon.go.id/mea/>
- Khaldun, R. I. (2022). Peran Penting Pemerintah Indonesia Untuk Memanfaatkan Kembali Kesempatan dalam ACFTA. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 160–170.
- KWS, T. (2023). *Profil Kampung Wisata Sablon*.
- Laksono, F. X. A. T., Astuti, S. D., Widagdo, A., & Iswahyudi, S. (2021). Peningkatan kemampuan digitalisasi promosi dan pemasaran produk kelompok eks-buruh migran di Kabupaten Wonosobo. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 13–26.
- Pudyastiwi, E., & Djatmiko, A. (2020). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Ukm) Indonesia Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Di Asean. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(2), 138–156.
- Rezasyah, T., Darmawan, I., & Rifawan, A. (2020). Peningkatan Pengetahuan Ekspor bagi Pelaku Usaha di Garut. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1.
- Rohman, F., Widiastuti, N. A., Saefudin, A., & Andriyani, S. (2022). Pendampingan pemanfaatan aplikasi Electronic Supply Chain Management bagi kelompok UMKM Kartini Mandiri di Kabupaten Jepara. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 18(1), 84–98.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Yuliani, D. (2020). Perbandingan Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia dan China dalam Bidang e-Commerce. *Universitas Ahmad Dahlan*.