

Pelatihan Pengembangan Bisnis Mahasiswa Asing di Tiongkok

Training of Business Developing for Foreign Students in Tiongkok

Nunik Hariyanti¹, Andri Pranolo², Agus Salim³, Dani Fadillah⁴, Husnul Khotimah⁵, Nalendra Firdaus⁶

^{1,4,5,6}Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi, ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

³Fakultas Teknologi Industri

Universitas Ahmad Dahlan

nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id; agus.salim@ep.uad.ac.id;

andri.pranolo@tif.uad.ac..id;

correspondence: nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id

ABSTRACT

China is one of the destination countries for continuing studies. One of the study destination cities is the city of Nanjing. The import-export business is an opportunity that students can do to increase additional income for students. So far, students have only done business on a small scale but have not yet reached international markets. It is not uncommon for students to have difficulty finding ways to start this import-export business. This community service aims to provide training in developing an export-import business for international students in China through training activities in determining export-import products, training in preparing export-import documents, and an introduction to building an export-import business. This activity was conducted offline in China using presentation, discussion, and mentoring methods from July to September 2023. This training consisted of activities for determining export-import products, securing export-import documents, and creating an export-import company. The results of the pretest and post-test of this activity showed that participants' knowledge increased from 7,2 to 9,7 regarding import-export.

Keywords: business; student; Tiongkok

ABSTRAK

Tiongkok merupakan salah satu pusat negara tujuan untuk melanjutkan studi. Salah satu kota tujuan studi adalah kota Nanjing. Bisnis ekspor-impor merupakan peluang yang dapat dilakukan oleh para mahasiswa untuk meningkatkan penghasilan tambahan bagi mahasiswa. Selama ini mahasiswa hanya berbisnis dalam skala kecil, tetapi belum menjangkau pasar antarnegara. Tidak jarang mahasiswa kesulitan menemukan cara untuk memulai bisnis ekspor-impor ini. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan pengembangan bisnis ekspor-impor bagi mahasiswa asing di Tiongkok melalui kegiatan pelatihan penentuan produk ekspor-impor, pelatihan mempersiapkan dokumen ekspor-impor, dan pengenalan membangun bisnis ekspor-impor. Kegiatan ini dilaksanakan secara luring di Tiongkok dengan metode presentasi, diskusi, dan pendampingan yang dilakukan sejak Juli hingga September 2023. Pelatihan meliputi kegiatan penentuan produk ekspor-impor, pelatihan mengenal dokumen ekspor-impor dan pembuatan perusahaan ekspor-impor. Hasil *pretest* dan *post-test* kegiatan ini menunjukkan bahwa pengetahuan peserta meningkat dari rata-rata 7,2 menjadi 9,7 terkait dengan ekspor-impor.

Kata kunci: bisnis; mahasiswa; Tiongkok

PENDAHULUAN

Pada masa kepemimpinan Xi Jinping, Tiongkok membuka diri dan mengalami kemajuan dalam berbagai aspek, salah satunya adalah dunia pendidikan (Fadillah & Kumajaya, 2017). Dunia pendidikan sebagai salah satu sektor yang paling cepat mengalami peningkatan reformasi

kebudayaan Tiongkok. Terlihat saat ini, kampus-kampus yang berasal dari Tiongkok masuk dalam jajaran perguruan tinggi tipe kelas dunia, sehingga menjadi rujukan dari berbagai penjuru dunia untuk datang ke Tiongkok melanjutkan studi (Nolan, 2014).

Mahasiswa asing di Tiongkok berasal dari berbagai negara, di antaranya Malaysia, Korea, Pakistan, Thailand, Indonesia. Dalam hal ini, Indonesia menjadi salah satu negara yang cukup banyak mendatangkan mahasiswa untuk menempuh pendidikan di Tiongkok (Saptanti, 2017). Hal ini karena adanya perjanjian *Belt Road Initiative* untuk mengembangkan kesempatan pendidikan bagi dua negara (Bo, 2017).

Tidak sedikit para pelajar asing yang harus mampu mandiri secara ekonomi agar dapat bertahan hidup di Tiongkok (Fadillah & Jandevi, 2020). Salah satu cara yang digunakan adalah berwirausaha, mulai dari menjual produk hingga jasa. Namun, usaha ini hanya dilakukan dalam skala kecil.

Pada tahun 2022, Tim pengabdian telah memberikan pelatihan terkait dengan membuka peluang usaha. Setelah kegiatan itu, Tim melihat ada potensi yang dapat dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan usaha dengan berdaya saing tinggi, yaitu berbisnis ekspor impor (Hariyanti, et al., 2022). Gambaran kondisi sebelum pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PkM) menunjukkan bahwa masih kurang pengetahuan dan kemampuan mitra dalam berwirausaha dan melakukan bisnis ekspor-impor yang legal, aman, nyaman, mudah, berkesinambungan, dan berdaya saing tinggi, di antaranya 1) masih tidak terukur menentukan produk yang akan diekspor; 2) masih minim pengetahuan terkait dokumen yang harus disiapkan untuk memastikan legalitas bisnis ekspor-impor; 3) masih belum maksimal pemanfaatan teknologi komunikasi dan internet untuk mengembangkan promosi dan komunikasi bisnis ekspor.

Atas dasar ini Tim mengadakan pengabdian kepada masyarakat internasional berupa pengembangan bisnis ekspor-impor bagi mahasiswa asing di Tiongkok, yang tidak terbatas hanya peserta dari Indonesia, tetapi juga dari berbagai negara lain. Kegiatan ini dapat membantu mahasiswa berbisnis secara mandiri dan membuka pasar yang lebih luas lagi. Selain itu, kegiatan ini berfokus pada pengembangan ekspor-impor dengan berfokus pada penentuan produk, persiapan dokumen, dan pemanfaatan *digital marketing*.

Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dan Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) Tiongkok dalam menciptakan generasi muda yang mandiri secara ekonomi serta melahirkan 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 PELAKSANAAN

Mitra kegiatan ini adalah pimpinan cabang istimewa Muhammadiyah (PCIM) Tiongkok dengan khalayak sasaran mahasiswa asing. Mahasiswa yang terlibat adalah mahasiswa magister dan doctoral yang sedang menempuh pendidikan. Mahasiswa yang terlibat dari kampus yang berada di Kota Nanjing, Tiongkok. PCIM sebagai mitra membantu Tim dalam mengorganisasi pelaksanaan kegiatan secara daring dan luring. Bahan pembelajaran disampaikan dengan teknik presentasi dan video pembelajaran. Kegiatan ini diselenggarakan selama dua periode: pertama pada semester genap 2022-2023 secara daring dan semester ganjil 2023-2024 secara luring. Masing-masing pelaksanaan dilaksanakan selama dua ratus menit.

Adapun metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa tahap:

- 1) peserta melakukan registrasi;
- 2) peserta mengisi *pretest*;
- 3) peserta mendapatkan pemaparan materi;
- 4) peserta berdiskusi;
- 5) peserta mendapatkan pendampingan;
- 6) peserta mengisi *post-test*;

Untuk mengukur ketercapaian kegiatan, dilakukan secara kuantitatif dengan mengukur pengetahuan peserta melalui *pretest* dan *post-test*.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan ini diberi judul “Unlocking Global Trade: Mastering Export and Import Strategies” dan dilakukan dengan memberikan beberapa pelatihan kepada para peserta kegiatan.

Penentuan Produk dalam Ekspor-Import

Pelatihan berisi tentang penjabaran singkat terkait dengan perbedaan impor dan ekspor (Gambar 1). Lalu, dalam pelatihan ini peserta juga diberikan pemahaman terkait dengan jenis pasar yang digunakan untuk mendapatkan barang-barang yang akan digunakan dalam ekspor-impor, di antaranya *international marketplace*, *local marketplace*, dan *local market*. Tidak hanya itu, peserta juga dibekali dengan *trend market* dalam produk ekspor impor. Berdasarkan teori keunggulan kompetitif oleh M. Porter, dalam upaya persaingan global, suatu bangsa atau negara dapat bersaing di pasar internasional apabila memiliki *competitive advantage*, yang terdiri atas *factor condition*, *demand conditions*, *factor strategy structure and rivalry*, dan *related & supporting industry* (Saputri, 2017).

Introduction

Import (China to Indonesia)	Export
<ol style="list-style-type: none"> An import is a good or service bought in one country that was produced in another. Who can do import? <ol style="list-style-type: none"> An individual e.g., many marketplaces provide individual import services (Alibaba, Ali Express, and TaoBao International) Forwarder Forwarder is a company that has forwarding services (stuffing, loading, delivering, and handling for tax and clearance) 	<ol style="list-style-type: none"> Exports are defined as movable goods produced within the boundaries of one country, which are traded with another country. The sale of these goods generates foreign currency earnings in the country that produces them and boosts its economic growth. My company currently not doing export activity due to strict regulation of export from the Indonesian government.

Gambar 1. Pengenalan ekspor-impor bersama peserta

Pelatihan Penentuan Dokumen Proses Ekspor-Import

Pelatihan ini berfokus pada bagaimana penentuan dokumen ekspor-impor. Secara perinci materi terdiri atas menyiapkan *local receipt*, *invoice*, *packing list*, dan *CIF (cost, insurance, and freight)* (Gambar 2). Ini menjadi hal yang diketahui oleh para peserta setelah berencana untuk memulai berbisnis ekspor impor (Gambar 3).

2. Preparing your documents
(the most important)

⇒

1. Local receipt



Gambar 2. Mempersiapkan dokumen



Gambar 3. Foto bersama peserta

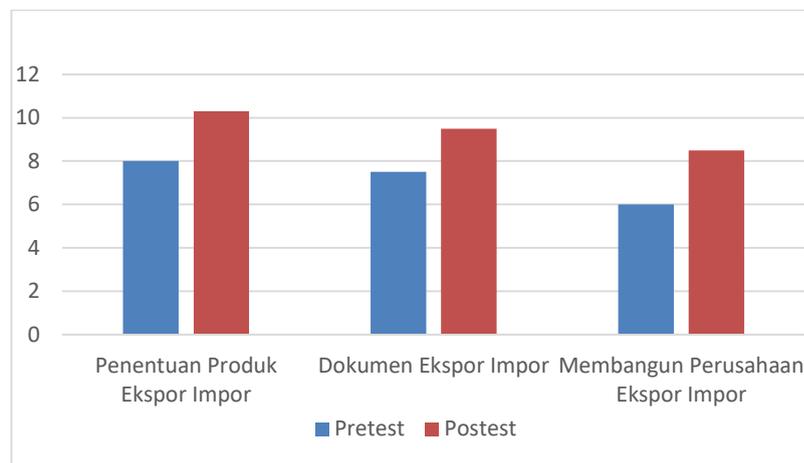
Pelatihan Membangun Perusahaan Ekspor-Import

Dalam pelatihan ini peserta diberi pengetahuan terkait cara membangun perusahaan ekspor-impor. Perusahaan ini dibutuhkan untuk individu yang hendak melakukan ekspor- impor secara legal (Gambar 4). Kegiatan ini diperlukan untuk membantu mahasiswa agar lebih profesional mengelola bisnis. Selain itu, tahap demi tahap dilakukan untuk mempermudah proses legalitas produk ekspor-impor yang dilakukan.



Gambar 4. Membangun bisnis ekspor-impor

Bagan 1 memperlihatkan kegiatan *pretest* dan *post-test* yang dikerjakan oleh peserta. Pada Bagan 1 tampak bahwa sebelum kegiatan, pengetahuan peserta terhadap definisi dan jenis produk-produk apa saja serta *trend market* berada pada nilai rata-rata 8, tetapi setelah kegiatan dilakukan, pengetahuan peserta meningkat rata-rata 11,3. Selanjutnya, pengetahuan persiapan dokumen ekspor-impor berada pada nilai rata-rata 7,5 dan meningkat pada nilai 9,5 di akhir sesi pelatihan ini. Terakhir, mempersiapkan perusahaan bisnis ekspor-impor menunjukkan nilai 6 dan meningkat pada nilai 8,5. Nilai-nilai yang tertuang pada bagan tersebut menunjukkan pengetahuan peserta pada sebelum kegiatan dan sesudah kegiatan mengalami peningkatan pengetahuan dari rata-rata 7,2 menjadi 9,7. Hal ini membantu para peserta bahwa ada peluang dalam melakukan bisnis ekspor-impor. Pada tahap berikutnya, peserta diharapkan mampu melakukannya dengan lebih profesional di kemudian hari.



Bagan 1. Hasil pretest dan post-test

Faktor yang menghambat kegiatan ini adalah pelaksanaan kegiatan yang bersamaan dengan kegiatan internasional dari kampus di sekitar lokasi dilakukan. Akibatnya, peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah terbatas. Selain itu, akses komunikasi menjadi terbatas karena terdapat pembatasan akses aplikasi di Tiongkok sehingga berdampak pada proses kegiatan ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Ekspor-impor merupakan peluang bagi mahasiswa asing dalam mendapatkan tambahan dana untuk kebutuhan hidup saat studi di luar negeri. Peserta sudah memiliki pengetahuan yang cukup baik terkait dengan proses bisnis ekspor-impor ini. Saran untuk para pemula di bidang ekspor-impor ialah mengetahui tren market, mengetahui pasar yang memudahkan untuk mendapat barang (lokal atau internasional) dan menentukan harga jual. Peserta perlu mengetahui proses atau dokumen yang diperlukan dalam ekspor-impor di setiap negara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada LPPM UAD yang telah mendanai kegiatan ini. Selain itu, Tim mengucapkan terima kasih kepada FSBK, FTI, FEB Universitas Ahmad Dahlan. Tidak lupa kami haturkan terima kasih kepada mitra PCIM Tiongkok.

DAFTAR REFERENSI

- 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.
- Hariyanti, N., Fadillah, D., Salim, M., & Rahmayanti, I. (2022). *Pelatihan Membangun Personal Brand dan Peningkatan Bisnis untuk Mahasiswa Asing di Tiongkok* (Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan).
- Nolan, L. (2014). *Five Reasons Why You Should Study Abroad In China*. G-meo.
- Saptanti, I. R. (2017). *Ni Hao, Nanning*. PT Inspirator Juara Indonesia.
- Saputri, K. (2017). Peluang dan Kendala Ekspor Uang Indonesia ke Pasar Jepang. *eJournal Ilmu Hub. Int*, 5(4), 1179–1194.