

DIGITAL MARKETING DAN BISNIS INTERNATIONAL

**Massive Open Online Course (MOOC)
Universitas Airlangga
2021**

DIGITAL MARKETING DAN BISNIS INTERNATIONAL

Zhahirah Adriana Rahmadany

MODUL MOOC

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan rahmat-Nya, Modul digital marketing dan bisnis internasional ini dapat diselesaikan. Modul ini terdiri dari tiga bab, yaitu (1) Literasi Bisnis Melalui Media Digital; (2) Praktik Penerapan Digital Marketing dalam E-Commerce, Facebook Ads; dan (3) Bisnis International.

Penyusunan modul digital marketing dan bisnis internasional telah melalui proses yang cukup panjang. Modul digital marketing dan bisnis internasional ini diharapkan dapat menjadi literatur, serta dapat mewujudkan link and match antara materi di perguruan tinggi dengan kebutuhan di industri digital marketing dan bisnis internasional.

Tim penyusun mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan, serta penyelesaian modul ini. Dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, kami berharap semoga modul ini bermanfaat dalam meningkatkan literasi dan edukasi masyarakat.

Kami menyadari modul ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi kesempurnaan isi modul ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis

Zhahirah Adriana Rahmadany

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I Literasi Bisnis Melalui Media Digital.....	2
BAB II Praktik Penerapan <i>Digital Marketing</i> dalam <i>E-Commerce, Instagram Ads</i>	11
BAB III Bisnis International.....	22

BAB I
LITERASI BISNIS MELALUI MEDIA DIGITAL

Pendahuluan

Bisnis sebagai upaya terorganisir individu untuk memproduksi dan menjual, untuk keuntungan, barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat. Maka, e-business (atau bisnis elektronik), dapat didefinisikan sebagai upaya terorganisir individu untuk memproduksi dan menjual, untuk keuntungan, barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat melalui fasilitas yang tersedia di Internet. Terkadang orang menggunakan istilah e-commerce daripada e-business. e-bisnis digunakan ketika berbicara tentang semua aktivitas dan praktik bisnis yang dilakukan di Internet oleh perusahaan atau industri individu. Di sisi lain, e-commerce adalah bagian dari e-business dan biasanya hanya mengacu pada aktivitas jual beli yang dilakukan secara online. Dengan popularitas smartphone dan komputer tablet, banyak perusahaan menggunakan pemasaran seluler, berkomunikasi dengan, dan menjual kepada pelanggan melalui perangkat seluler.

Salah satu bentuk pasar yang disukai oleh orang urban adalah pasar via internet atau biasa disebut e-business atau juga e-commerce. Namun masyarakat memang lebih populer menyebutnya e-business, karena kata e-business memiliki makna yang jauh lebih kompleks (Fahmi dkk, 2019). Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa E-bisnis adalah bisnis yang menggunakan perangkat elektronik melalui internet untuk setiap transaksi bisnis yang dilakukan. Transaksi bisnis ini mencakup banyak bidang yang dapat dilakukan seperti transfer finansial, pembelian dan

penjualan barang, promosi, pertukaran data elektronik / EDI, pengiriman informasi tentang perjanjian kerja sama bisnis, dan sebagainya. Dimana semua itu menggunakan internet dan berbagai saluran teknologi informasi lainnya.

Analisis bisnis adalah "menemukan, mensintesis, dan menganalisis informasi dari berbagai sumber dalam suatu perusahaan, termasuk alat, proses, dokumentasi, dan pemangku kepentingan" untuk "mendapatkan kebutuhan aktual" untuk tujuan merekomendasikan solusi yang memenuhi kebutuhan bisnis. "praktik yang memungkinkan perubahan dalam suatu perusahaan dengan mendefinisikan kebutuhan dan merekomendasikan solusi yang memberikan nilai kepada pemangku kepentingan". Konsep inti ini, perubahan – kebutuhan – solusi – pemangku kepentingan – nilai – konteks

- ✓ Perubahan: Tindakan transformasi dalam menanggapi kebutuhan.
- ✓ Kebutuhan: Masalah atau peluang untuk ditangani.
- ✓ Solusi: Cara spesifik untuk memuaskan satu atau lebih kebutuhan dalam suatu konteks.
- ✓ Stakeholder: Sebuah kelompok atau individu yang memiliki hubungan dengan perubahan, kebutuhan, atau solusi.
- ✓ Nilai: Nilai, kepentingan, atau kegunaan sesuatu bagi pemangku kepentingan dalam suatu konteks.

- ✓ Konteks: Keadaan yang mempengaruhi, dipengaruhi oleh, dan memberikan pemahaman tentang perubahan.

Kendala yang dihadapi diantaranya kemampuan menangkap peluang bisnis di era digital. Kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan agar mampu mengembangkan bisnis di era revolusi industri. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu upaya yang bisa ditempuh. Banyak yang belum mampu menguasai dengan baik, bagaimana memanfaatkan teknologi yang ada untuk meraih tambahan uang saku atau penghasilan.

Generasi millennial merupakan generasi yang sangat dekat dengan dunia digital karena menjadikan digital sebagai ruang pribadinya dalam mengakses, mendapatkan, membagikan semua bentuk informasi yang mereka temui di internet. Salah satu media yang dijadikan sebagai tempat eksis memviralkan semua informasi di internet adalah media sosial. Interaksi dengan media sosial di dunia maya yang dilakukan oleh generasi milenial ini sangatlah beragam, mulai dari bersosialisasi, eksis, narsis, viral, pilihan politik, sampai bisnis. Tetapi sayangnya, generasi milenial ini secara umum kurang mampu memilah informasi dan cenderung mengesampingkan nilai-nilai moral dan etika dalam eksis dan menyebarkan informasi di media sosial. Oleh sebab itu, banyaknya interaksi yang bisa dilakukan oleh generasi milenial ini, perlu adanya batasan, supaya informasi yang dibagikan bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Bagi masyarakat yang hidup di zaman serba digital, istilah teknologi internet bukan menjadi sesuatu yang baru. Peningkatan

kualitas hidup semakin menuntut manusia untuk melakukan berbagai aktivitas dengan mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya, termasuk perkembangan teknologi dan informasi. Pesatnya potensi pemanfaatan teknologi internet melalui bisnis daring atau Online Shop menjadi peluang bagi berkembangnya upaya pemberdayaan dan peningkatan ekonomi kerakyatan berbasis teknologi (Zain dkk., 2017).

Media sosial juga bisa menjadi media promosi dalam e-bisnis saat ini. Dan setiap media sosial mempunyai karakteristik masing-masing. Tresnawati dan Prasetyo (2018) menyatakan bahwa cara berpromosi melalui Instagram pun sangat unik dan variatif. Sebagai contoh media sosial Instagram, yang memiliki keistimewaan pada kekuatan visual (gambar), maka konten promosi yang tepat untuk Instagram adalah pesan-pesan yang menggunakan bahasa visual melalui foto atau gambar. Menggunakan media sosial yang tidak tepat dapat menyebabkan kegiatan promosi menjadi tidak efektif. Isi (konten) promosi menjadi hal penting dalam memilih media sosial yang akan digunakan.

Literasi Bisnis Melalui Bisnis Digital

Istilah bisnis digital berawal dari istilah ekonomi digital yang telah digunakan tahun 1990-an, dimana sebagian besar ekonomi digital berkembang melampaui ekonomi internet (nilai ekonomi yang berasal dari internet) untuk memasukan kegiatan ekonomi dan sosial yang dihasilkan dari teknologi informasi dan komunikasi (Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, J. (2020).

Model bisnis inovatif dalam ekonomi digital dibangun pada perangkat lunak dan teknologi berbasis internet.

Tujuan literasi bisnis melalui media digital adalah meningkatkan tingkat literasi digital khususnya marketing di lingkungan pembisnis pemula sehingga kedepan mampu menjalankan bisnis melalui online shop walaupun dengan modal yang minim.

Perhatikan modal, berapa modal yang dimiliki (sesuaikan dengan sistem pembayaran) hal ini berkaitan dengan kesehatan keuangan, sehingga usaha yang dilakukan dapat meminimalis permasalahan keuangan yang memungkinkan muncul saat usaha sudah berjalan.



Fun Fact, kebanyakan pembisnis pemula tidak mengetahui bisnis apa yang akan di jalankan. Dalam menentukan hal ini diperlukannya fokus usaha yang akan di jalankan berikut adalah jenis usaha yang memungkinkan dijalankan melalui *online shop*.



Dalam proses pemunculan bisnis tahapan awal bisa dimulai dari pemilihan jenis usaha yang memungkinkan dijalankan menggunakan digital marketing pilih kategori yang memungkinkan dan dapat dijangkau untuk usahanya misalnya ;



Automotive



Book



Komputer



Kosmetik



Fashion

Catata: Bisnis yang akan dimulai disesuaikan dengan budget anda

Tahap Selanjutnya adalah menurunkan pilihan produk lebih spesifik supaya target pasar dapat dipilih secara lebih jelas seperti :

1. Automotive; Aki, Spion, Carbo, Knalpot, dll
2. Book; Buku mata kuliah, Buku Praktikum, dll
3. Komputer ; RAM, SSD, Router
4. Kosmetik ; Bedak, Lipstik, Skincare, dll

Setelah mengetahui bisnis yang akan dijalankan kemudian research pasar yang bertujuan apakah prodak/jasa yang ditawarkan akan direspon pasar dengan baik atau dengan buruk. Fashion ; Baju, Sepatu, Kaos, Gelang, dll



Identifikasi Usaha yang Sedang Trend



Cari Produknya di Marketplace



Melakukan Research Keyword di Google



Buat Kuesioner

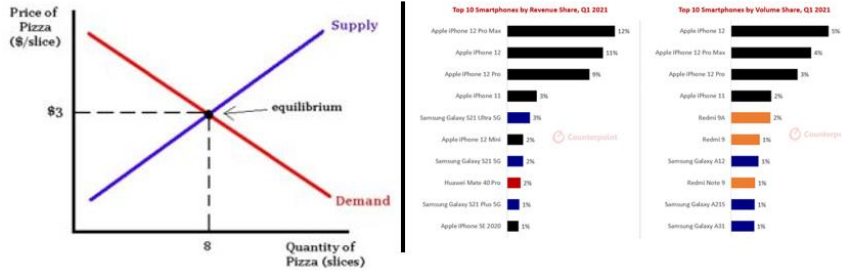


Lihat Google Trends



Lihat Ulasan Produk

Sebaiknya Harga Yang ditawarkan tidak telalu mahal maksimal pada harga titik *equilibrium* karena pembisnis pemula masih harus dikenal oleh pembeli.



Perhitungan HPP

Mengitung Pembelian Bersih/HPP (Dropshiper)	
Melakukan Pembelian Shampho Penumbuh rambut (Cash)	Rp (150.000)
Beban Ongkos Kirim	Rp (30.000)
Asuransi	Rp (4.000)
Biayas Pemesanan	Rp (1.000)
Tenaga Usaha	Rp (10.000)
Cashback	Rp 5.000
Total Harga PCS	Rp 170.000
Keuntungan 20%	34.000
	Rp 204.000

Perhitungan (BEP)

Mengitung BEP (Dropshiper)	
Biaya Tetap	Rp 170.000
Margin (Keuntungan)	Rp 34.000
Unit yang harus dijual untuk mengembalikan modal awal	Rp 170.000/ Rp 34.000 = 5 Unit

Arus Kas & Neraca Laba Rugi

Laporan Arus Kas	
Arus kas Masuk	
Penjualan tunai	
Pelunasan piutang	
Pendapatan lain-lain	
Total arus kas masuk	
Arus kas Keluar	
Pembekalan tunai	
Beban	
Pembayaran utang	
Total arus kas keluar	
Arus kas bersih	

Laporan Laba Rugi	
Pendapatan	
Penjualan Bersih	
Total Penjualan Bersih	
Pengeluaran	
Harga Pokok Penjualan	
Beban Operasional	
Biaya Tetap	
Total Pengeluaran	
Pendapatan Bersih	

BAB II

PRAKTIK PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM

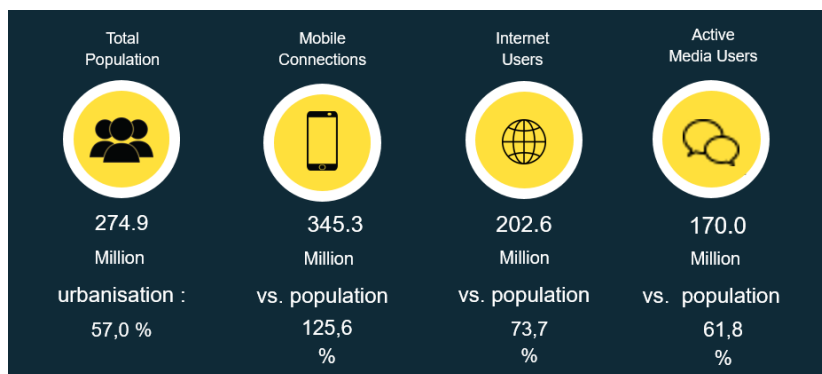
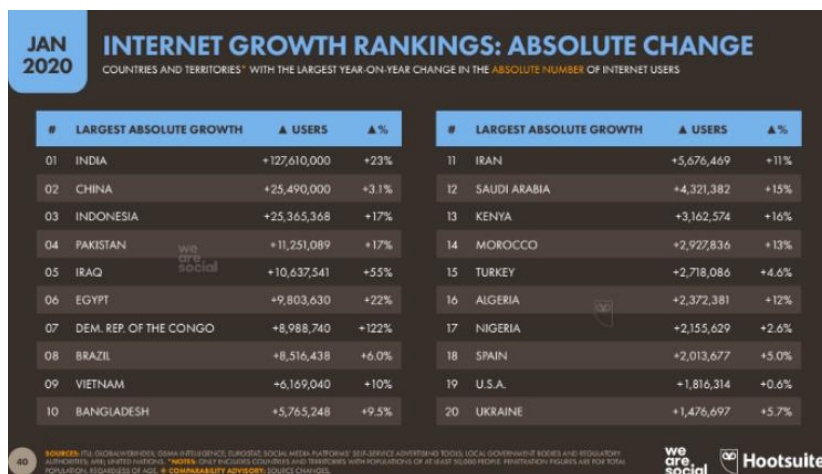
E-COMMERCE & ADS

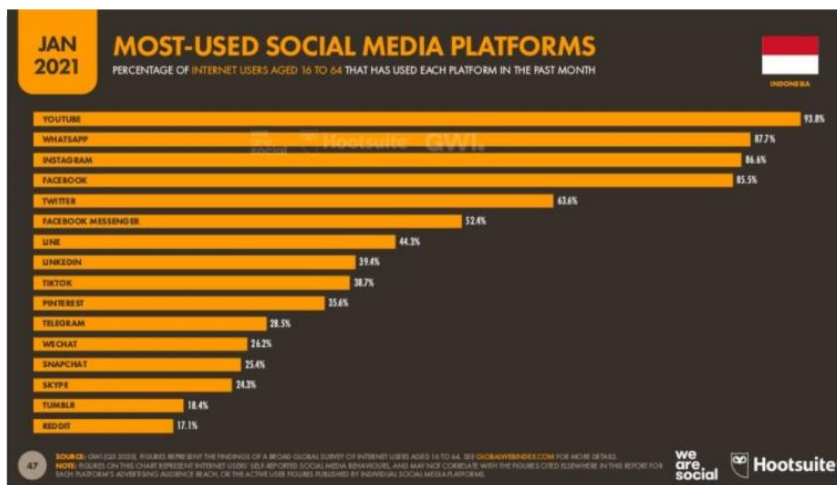
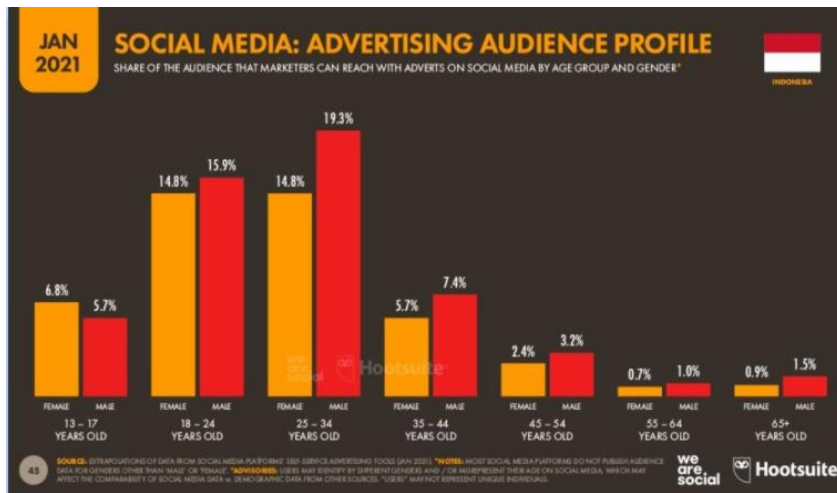
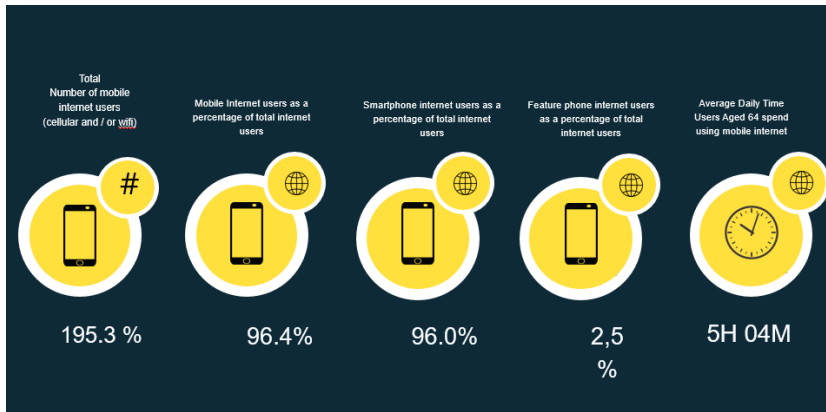
What Is Digital Marketing ?

Pemasaran produk atau jasa yang menggunakan teknologi digital. Adapun media yang bisa dimanfaatkan untuk mengenalkan produk seperti Televisi, Radio, Hanphone, *Display Advertising* hal ini bertujuan untuk branding dan meningkatkan penjualan.

Why You Should Learn Digital Marketing ?

Data menunjukkan pertumbuhan pengguna media digital pertumbuhan setiap tahunnya meningkat secara signifikan berikut datanya:





Content Marketing

strategi dalam kegiatan pemasaran, yang fokusnya adalah distribusi konten yang **bernilai, relevan, dan konsisten**, untuk bisa menarik dan mempertahankan minat audiens yang sudah ditetapkan; serta mendorong tindakan pelanggan yang bisa menghasilkan keuntungan.



10 Rekomendasi Situs Riset Keyword Untuk Seo

1. Google Trends
2. Soolve
3. Jaaxy
4. QuestionDB
5. Ahrefs
6. Ubbersuggest
7. SEMrush
8. KWfinder
9. Keywordseverywhere
10. Moz Keyword Explorer

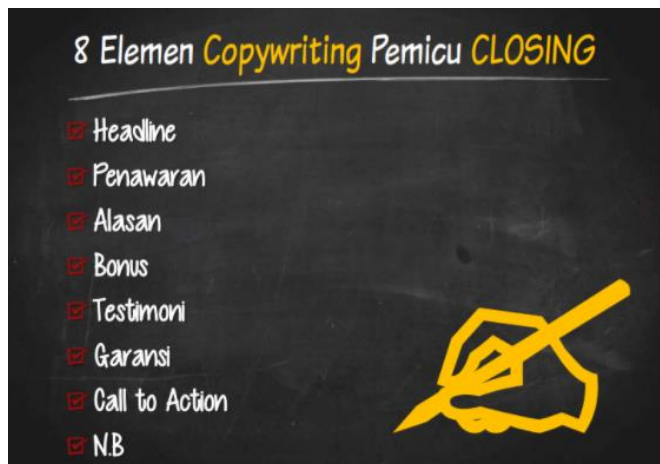
Siapkan Toko Dulu Sebelum Berjualan

Dalam memulai bisnis digital adapun hal yang perlu dipersiapkan sebagai berikut :

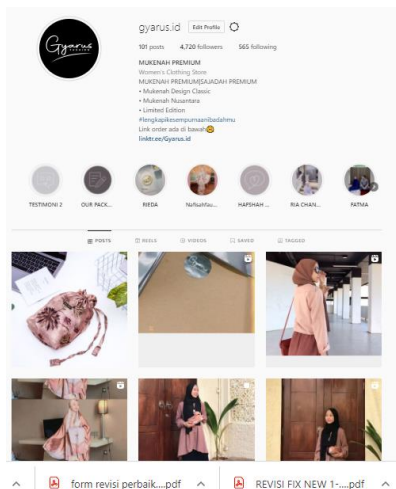
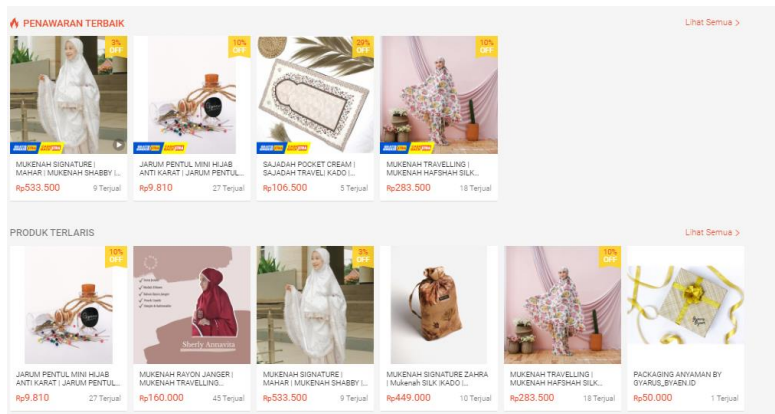
1. **Foto dengan kualitas terbaik adalah foto dengan lebih fokus ke produk, jangan sampai fotonya cuman 1, hindari foto tidak kontras.**



2. Copywriting



3. Mudah Diakses



4. Buka Toko



Ayo Bergabung di Shopee Sekarang!

4 Masukkan Kode, Pilih 'Ok'

5 Masukkan Kode Verifikasi, Pilih 'Lanjut'

6 Atur Password, Pilih 'Daftar'

Atur Username Toko Shopee-mu

Pilih ikon

Pilih 'Profil Saya'

Pilih 'Profil Saya'

Atur Username toko Shopee-mu

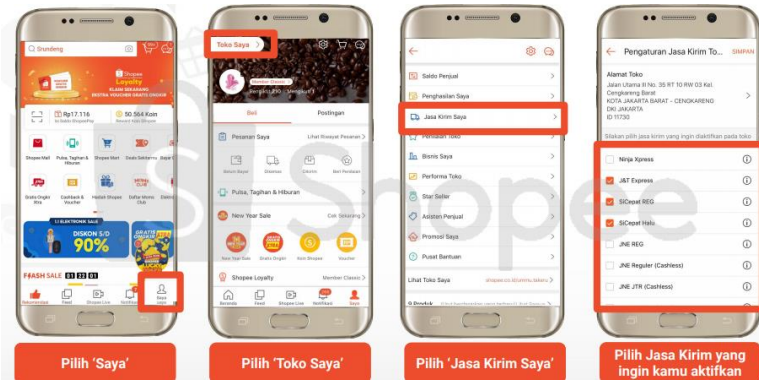
Buka Toko dan Upload Produk

Pilih 'Saya' > Pilih 'Mulai Jual'

Pilih 'Tambah Produk'

Lengkapi seluruh informasi yang dibutuhkan

Setelah selesai Pilih 'Simpan' atau 'Tampilkan'

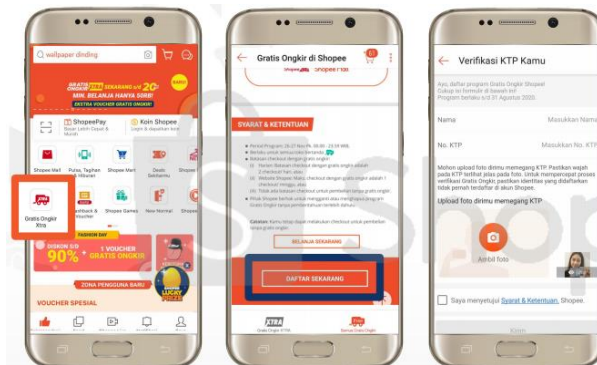


Pilih 'Saya'

Pilih 'Toko Saya'

Pilih 'Jasa Kirim Saya'

Pilih Jasa Kirim yang ingin kamu aktifkan



Pilih 'Gratis Ongkir Xtra'

Pilih 'Daftar Sekarang'

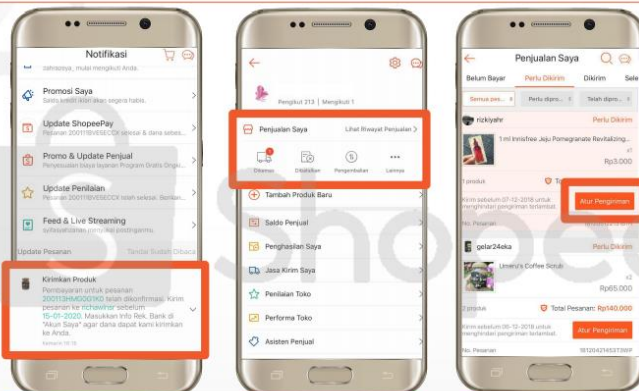
Masukkan No e-KTP & ambil Foto diri + e-KTP-mu



Daftar Program Gratis Ongkir agar kamu bisa upload hingga 2000 produk dan pantau promo Gratis Ongkir tiap bulannya!



Proses Pesanan di Shopee



Menerima notifikasi Pesanan masuk

Cek pesanan pada 'Penjualan Saya'

Pilih 'Atur Pengiriman'

Proses Untuk Menggiring Target Pasar Agar

Belum Tau - Tau -Tertarik - Kenal - Mempertimbangan- Bertindak terhadap produk yang kita tawarkan. Promosi berbayar yang ditawarkan kepada orang ketiga yang bertujuan untuk membawa traffic ke website anda.



[View Insights](#)

[Boost Post](#)



Liked by oktavianti_nanda and 436 others

gyarus.id MUKENAH SIGNATURE LILAC BACK IN STOCK !!!

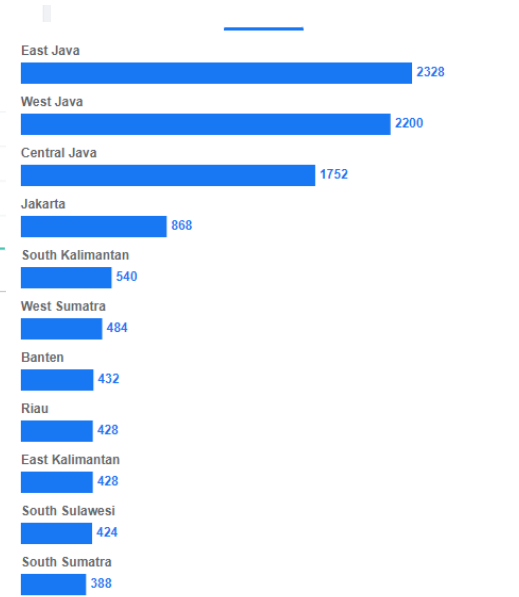
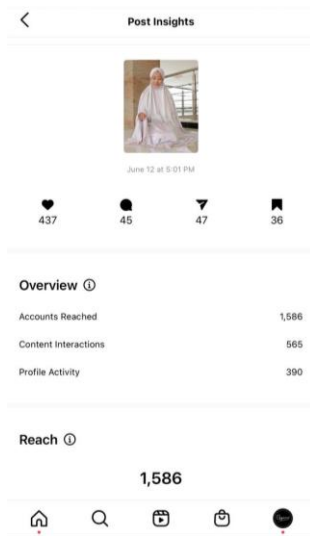


Select a Goal
What results would you like from this promotion?
More Profile Visits
More Website Visits
More Messages

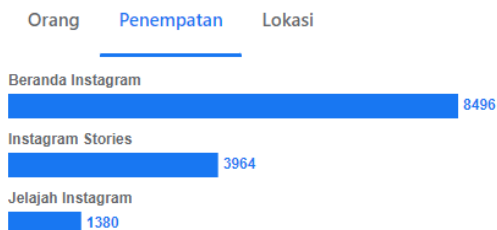
Define Your Audience
Automatic
Instagram targets people like your followers
Create Your Own
Manually enter your targeting options

Budget & Duration
IDR 120.000 Over 6 Days
Total Spend
630 - 1.700
Estimated Reach
Budget
IDR 20.000 Daily
Duration
6 Days

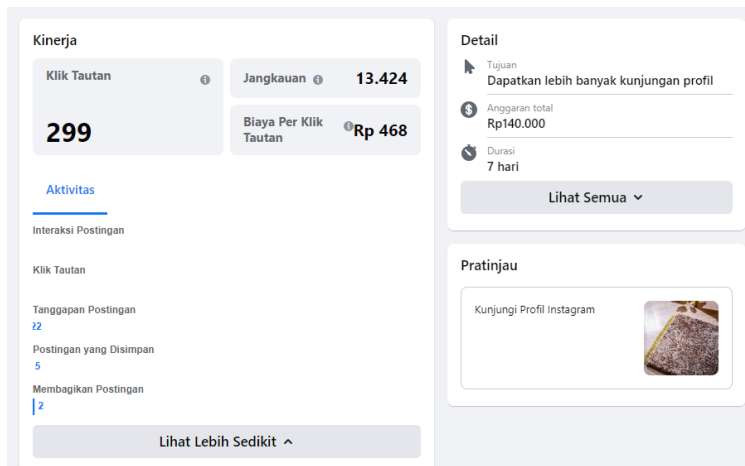
Review Your Ad
Your estimated reach is 630 - 1.700 people.
Preview Ad
Destination
More Profile Visits | @firdayanti_zahro
Audience
Automatic | Instagram targets people like your followers
Budget & Duration
IDR 120.000 over 6 Days
Payment
Once your ad is approved and starts running, you can pause spending at any time.



Iklan ini menjangkau 13.424 orang di dalam pemirsa Anda.



Tampilan Di Facebook Manager



Tidak Berbayar, semakin banyak mengeluarkan tenaga dan waktu, semakin banyak pula orang yang tau akan produk kamu. Berbayar, semakin banyak mengeluarkan uang, semakin banyak pula orang yang tau akan produk kamu.

BAB III

BISNIS INTERNATIONAL

Bisnis International

INCOTERMS (*International Commercial Terms*)

Incoterms sendiri dibuat agar bisa meminimalisir berbagai bentuk kesalah pahaman yang kerap terjadi antara pihak penjual dan pembeli. Secara umum tujuan incoterms adalah ;

- ✓ Untuk bisa mengatur hak dan kewajiban yang sudah selayaknya ditanggung oleh pihak eksportir dan importir yang melakukan transaksi perdagangan internasional
- ✓ Guna memberikan pilihan ketentuan pengiriman untuk pihak importir dan eksportir.
- ✓ Guna mengurangi kesalahan interpretasi ataupun kesalah pahaman tanggung jawab yang terjadi antara pihak eksportir dan juga pihak importir.

Istilah Yang Digunakan Dalam Perdagangan International

Kode 3 Huruf	Kepanjangan	Pengertian
XW	<i>Ex Works</i>	Penjual menyerahkan barang yang belum mendapat izin ekspor di kediamannya atau di tempat lain yang ditentukan (sebutkan nama tempat)
FCA	<i>Free Carrier</i>	Penjual menyerahkan barang yang sudah mendapat izin ekspor kepada pengangkut yang ditunjuk pembeli di tempat tujuan (sebutkan nama tempat)

FAS	<i>Free Alongside Ship</i>	Penjual menyerahkan barang yang sudah mendapat izin ekspor di samping kapal di pelabuhan tujuan (sebutkan nama pelabuhan pengapalan)
FOB	<i>Free on Board</i>	Penjual menyerahkan barang melewati pagar kapal di pelabuhan pengapalan yang disebut, barang sudah <i>clear for export</i> (sebutkan nama pelabuhan pengapalan)
CFR	<i>Cost and Freight</i>	Penjual menyerahkan barang melewati pagar kapal di pelabuhan pengapalan yang disebut, barang sudah <i>clear for export</i> dan biaya angkut ke pelabuhan tujuan sudah ditanggung penjual (sebutkan nama pelabuhan tujuan)
CIF	<i>Cost, Insurance and Freight</i>	Sama dengan CFR tetapi penjual menanggung asuransi dan membayar premi (sebutkan nama pelabuhan tujuan)
CPT	<i>Carriage Paid To</i>	Mirip dengan CFR tapi barang diangkut ke tempat tujuan tertentu (sebutkan nama tempat tujuan)
CIP	<i>Carriage and Insurance Paid to</i>	Hampir sama dengan CPT tetapi penjual menutup asuransi terhadap risiko kerusakan selama perjalanan (sebutkan nama tempat tujuan)
DAF	<i>Delivered At Frontier</i>	Penjual menyerahkan barang di tempat pada wilayah perbatasan tetapi belum memasuki wilayah pabean negara yang dituju (sebutkan nama tujuan)
DES	<i>Delivered at Ship</i>	Penjual menyerahkan barang kepada pembeli di atas kapal, penjual menanggung risiko dan biaya sampai sesaat sebelum dibongkar (sebutkan nama pelabuhan tujuan)

DEQ	<i>Delivered Ex Quay</i>	Penjual menyerahkan barang kepada pembeli di atas dermaga pelabuhan tujuan, <i>uncleared for import</i> (sebutkan nama pelabuhan tujuan)
DDU	<i>Delivered Duty Unpaid</i>	Penjual menyerahkan barang yang belum diurus izin impornya dan belum dibongkar di tempat tujuan yang merupakan kewenangan pembeli, <i>uncleared for import</i> (sebutkan nama tempat tujuan)
DDP	<i>Delivered Duty Paid</i>	Sama dengan DDU tetapi formalitas impor sudah diurus

<http://djpen.kemendag.go.id/>

Metode Pembayaran

Beberapa metode pembayaran yang bisa digunakan dalam proses ekspor impor adalah sebagai berikut:

Metode	Deskripsi	Resiko/Keuntungan	
		Eksportir	Importir
<i>Advance Payment</i>	<i>Cash with order</i> , pembayaran langsung kepada eksportir sebelum barang yang dipesan dikirim	Menarik bagi Eksportir karena menerima pembayaran terlebih dahulu	<ul style="list-style-type: none"> • Resiko gagal atau terlambatnya pengiriman barang • Resiko kualitas dan jumlah barang yang tidak sesuai
<i>Open Account</i>	Barang dikirim terlebih dahulu oleh eksportir dan pembayaran dilakukan	Resiko terlambat pembayaran	Menarik bagi Importir karena menerima barang terlebih dahulu

Metode		Deskripsi	Resiko/Keuntungan	
			Eksportir	Importir
		setelah importir menerima barang tersebut	atau tidak dibayar	
<i>Consignment</i>		Pengiriman barang kepada perantara (importir) yang akan menjual barang tersebut kepada <i>final buyer</i> , kepemilikan barang tetap milik eksportir sampai barang tersebut terjual	Kemungkinan gagal pembayaran atau pembayaran terlambat, karena barang belum tentu terjual	Menguntungkan Importir karena dapat menjual barang tanpa membayar terlebih dahulu
<i>Collection</i>	<i>Document againts payment (D/P)</i>	Eksportir mengirimkan barang ke <i>port</i> tujuan sedangkan dokumen pengiriman barang dikirimkan ke pihak Bank sebagai perantara. Importir dapat mengambil dokumen tersebut jika sudah melakukan pembayaran melalui Bank, dokumen ini diperlukan importir untuk mengambil barang di <i>port</i>	Tidak ada jaminan pembayaran dari Bank kepada Eksportir, karena Bank hanya berperan sebatas pelayanan jasa saja	Terdapat resiko barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan permintaan
	<i>Document againts acceptance (D/A)</i>	Hampir sama dengan <i>Document againts payment</i> , perbedaannya adalah metode ini memerlukan akseptasi pembayaran terlebih dahulu oleh importir agar importir dapat menerima dokumen pembayaran dari Bank. Akseptasi pembayaran ini	Tidak ada jaminan pembayaran dari Bank kepada Eksportir, karena Bank hanya berperan sebatas	Terdapat resiko barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan permintaan

Metode	Deskripsi	Resiko/Keuntungan	
		Eksportir	Importir
	merupakan janji pembayaran pada tanggal tertentu, biasanya 30, 60 atau 90 hari setelah akseptasi	pelayanan jasa saja	
<i>Letter of Credit (L/C)</i>	Jaminan yang diterbitkan oleh <i>issuing Bank</i> atas perintah <i>applicant (Buyer)</i> kepada eksportir agar Importir melakukan pembayaran sejumlah tertentu	Jaminan pembayaran dari Bank selama dokumen yang dikirimkan sesuai dengan L/C	Jaminan memperoleh barang sesuai dengan yang disepakati

<http://djpen.kemendag.go.id/>

Syarat Dokumen Impor dan Eksportir

1. Badan Hukum, dalam bentuk :

- ✓ CV (*Commanditaire Vennotschap*)
- ✓ Firma
- ✓ PT (Perseroan Terbatas)
- ✓ Persero (Perusahaan Perseroan)
- ✓ Perum (Perusahaan Umum)
- ✓ Perjan (Perusahaan Jawatan)
- ✓ Koperasi

2. Memiliki NPWP (Nomor Wajib Pajak)

3. Mempunyai salah satu izin yang dikeluarkan oleh Pemerintah seperti:

- ✓ Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dari Dinas Perdagangan
- ✓ Surat Izin Industri dari Dinas Perindustrian
- ✓ Izin Usaha Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) atau Penanaman Modal Asing (PMA) yang dikeluarkan oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM)

Eksportir ini dapat diklasifikasikan menjadi:

a. Eksportir Produsen, dengan syarat:

- ✓ Sebagai Eksportir Produsen dalam upaya memperoleh legalitasnya seyogyanya memenuhi persyaratan yang ditetapkan yaitu mengisi formulir isian yang disediakan oleh Dinas Perindag di Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota atau Propinsi, dan Instansi teknis yang terkait.
- ✓ Memiliki Izin Usaha Industri
- ✓ Memiliki NPWP
- ✓ Memberikan Laporan realisasi ekspor kepada Dinas Perindag atau instansi dan pejabat yang ditunjuk (secara berkala setiap tiga bulan) yang disahkan oleh Bank Devisa dengan melampirkan surat pernyataan seperti: tidak terlibat tunggakan pajak, tidak terlibat tunggakan perbankan, tidak terlibat masalah kepabeanan.

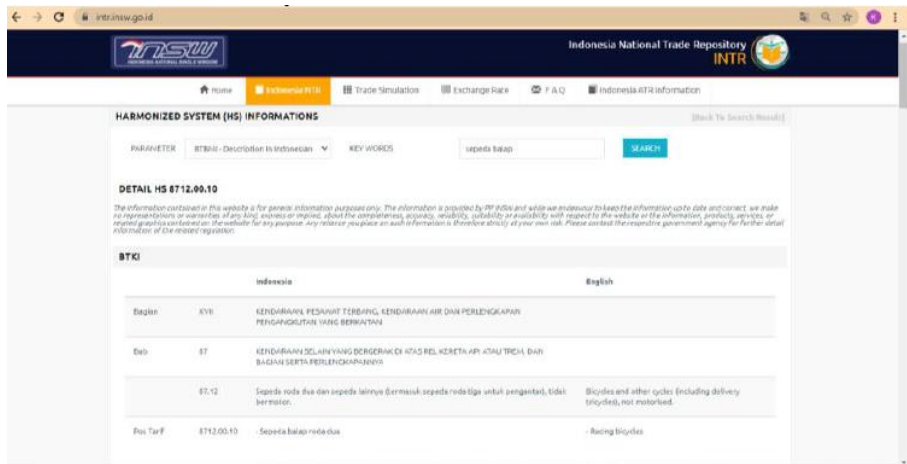
b. Eksportir Bukan Produsen, dengan syarat:

- ✓ Sebagai Eksportir bukan Produsen untuk memperoleh legalitas seyogyanya memenuhi persyaratan yang

ditetapkan, yaitu mengisi formulir isian yang disediakan oleh Dinas Perindag di Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota atau Propinsi dan Instansi teknis yang terkait

- ✓ Memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan
- ✓ Memiliki NPWP

HS (Code) Harmonized System Code



Sumber : Intr.insw.go.id (2021)

Izin Perdagangan Barang Impor/Ekspor



Perhitungan Harga Pokok Prodak Impor

Dalam prose pengiriman barang ke luar negeri terdapat perhitungan yang perlu diketahui dimana rumurs perhitungan pengiriman menggunakan volume untuk jalur laut dan berat untuk jalur udara. Berikut adalah rumor perhitungannya:

Volume pengirimann biasanya menggunakan ukuran 1 CBM dimana ukurannya adalah

Volume 1 CBM = p \times l \times t (m³)

Panjang (p) : 1 m

Lebar (l) : 1 m

Tinggi (t) : 1 m

Ongkos kirim rata-rata 1 CBM : Rp 3.500.000 contoh negara china (setiap negara berbeda-beda)

HS Code

BM : 0-25% from invoice

PPn : 10% from (invoice+BM)

PPH : 0-15% from (invoice+BM)

*Untuk jasa pengiriman tertentu di kenakan biaya tambahan (*Handling Fee*)

Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspor dan Impor





Literasi Bisnis



Digital Marketing



Bisnis International