

Rencana Bisnis Ekspor Jam Tangan *Skateboard* Stongkin Hauwood ke Switzerland

Herlinawati^{*1)} dan Eko Liquiddanu²⁾

¹²⁾Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Jalan Ir. Sutami
36A Kentingan, Jebres, Surakarta, 57126, Indonesia

Email: linaherlinawati27@student.uns.ac.id, ekoliquiddanu@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Hingga kini, bisnis ekspor masih menjadi bisnis berpeluang cukup besar. Salah satu produk ekspor yang potensial dikembangkan adalah produk industri kreatif seperti jam tangan *skateboard* bermerek Stongkin Hauwood. Produk ini merupakan produk kolaborasi dengan UKM Loosewood. Model perencanaan bisnis ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) dengan terfokus pada elemen *value proposition* untuk memperkuat inovasi produk dan pengembangan saluran pemasaran melalui penjualan di *marketplace* ekspor. Pengembangan produk dengan memberi inovasi desain produk berupa motif batik pada strap jam tangan. Pemasaran dilakukan melalui beberapa cara, antara lain promosi di media sosial dan *marketplace*, pembuatan katalog produk dan *company profile*, mengikuti pameran dagang ekspor di SMESCO Jakarta. Saat ini terdapat 4 produk Stongkin Hauwood yang dijual, yaitu 2 tipe polos dan 2 tipe bermotif batik. Negara tujuan ekspor produk ini adalah Switzerland karena telah memiliki pasar dengan ketertarikan tinggi terhadap jam tangan.

Kata kunci: BMC, Desain Kemasan, Inovasi Desain Produk

1. Pendahuluan

Bisnis produk ekspor merupakan jenis usaha bisnis yang potensial untuk dikembangkan karena memiliki cakupan pasar yang luas. Produk ekspor dari Indonesia yang memiliki pasar luas dan menjadi komoditi unggulan adalah jenis produk industri kreatif. Terdapat berbagai macam jenis produk industri kreatif, baik yang memiliki fungsi, hanya untuk dinikmati keindahannya, maupun yang memiliki keduanya. Salah satu produk yang memiliki nilai seni dan nilai fungsi adalah produk jam tangan. Produk jam tangan ada yang berbahan dari material logam, karet, hingga kayu.

Produk jam tangan yang dikembangkan dalam rencana bisnis ini adalah produk jam tangan berbahan dari papan *skateboard* bekas. Produk ini merupakan produk yang dipasarkan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Loosewood. UKM ini dipilih untuk menjadi kolaborator dalam pengembangan inovasi desain produk jam tangan. Inovasi produk dilakukan karena produk ini tergolong produk baru, sehingga perlu diberikan sentuhan seni yang *eye-catching* sesuai dengan karakteristik permintaan pasar agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Inovasi pada produk ini berupa penambahan motif batik pada strap jam tangan sebagai nilai seni sekaligus ciri khas Indonesia. Pemilihan produk jam tangan *skateboard* sebagai produk potensial ekspor karena produk jam tangan merupakan produk seni yang memiliki ketahanan produk tinggi dan target pasar yang luas khususnya untuk negara tujuan Switzerland.

Dalam merancang bisnis ini digunakan metode berupa model bisnis. Sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai (Osterwalder dan Pigneur, 2012). Model bisnis yang digunakan dalam perencanaan bisnis ini adalah *business model canvas* (BMC). BMC dapat memberikan gambaran singkat mengenai model bisnis serta mampu membuat rancangan bisnis dan memperjelas fokus bisnis tersebut. Metode pemasaran yang dikembangkan dalam BMC ini adalah pemanfaatan *marketplace*. Euromonitor mencatat bahwa sejak tahun 2014 penjualan *online* di Indonesia sudah mencapai US\$1,1 miliar. Sensus Badan Pusat Statistik (BPS) juga

menyebutkan bahwa industri *e-commerce* Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17 persen. Peningkatan pemasaran melalui penjualan *online* (*marketplace*) mampu memberikan peluang untuk memperluas pemasaran dengan memanfaatkan platform *online* ataupun sosial media (Setiawan, 2018).

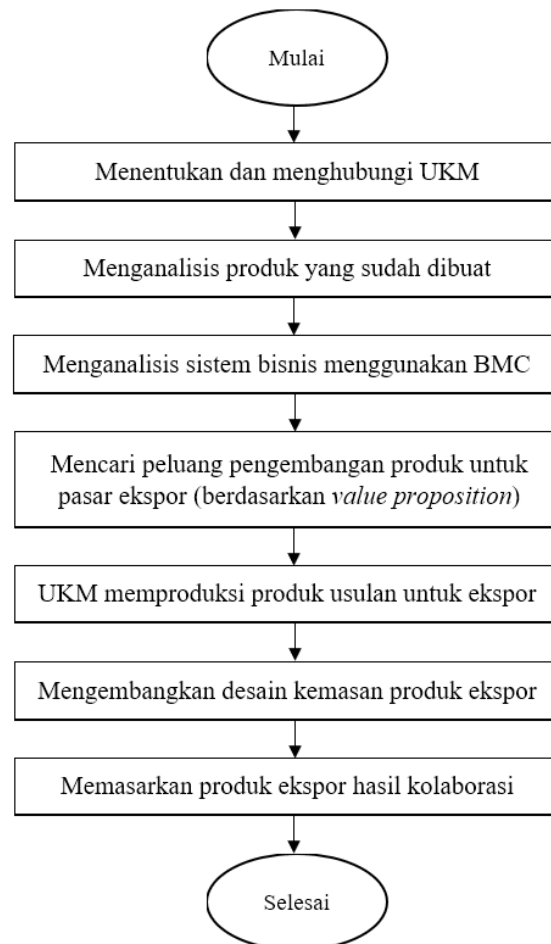
2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi studi lapangan, studi literatur untuk tahapan identifikasi awal, metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk tahapan perencanaan bisnis dan pengolahan produk.

Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan pada UKM Loosewood sebagai UKM yang bekerja sama dalam pengembangan produk jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood. Studi lapangan yang dilakukan berupa menyurvei UKM Loosewood, melihat proses produksi jam tangan, menganalisis produk, serta mengembangkan desain produk.

Dalam melakukan studi lapangan tentu perlu menganalisis produk UKM mitra. Berikut merupakan rincian kegiatan survei lapangan pada UKM Loosewood.



Gambar 1. Flow Chart Survei Lapangan

Hasil pengamatan yang telah dilakukan ketika survei lapangan di UKM Loosewood menunjukkan bahwa dalam proses produksi jam tangan diperlukan beberapa komponen bahan mulai dari proses produksi hingga pengemasan. Bahan baku jam tangan tersebut kemudian diolah dan diproses sesuai dengan desain dan tipe jam yang diinginkan. Bahan baku penyusun jam tangan tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Bahan Baku Penyusunan Jam Tangan Stongkin Hauwood

Bahan Baku Penyusunan Jam Tangan Stongkin Hauwood		
Papan <i>skateboard</i> berbahan kayu maple	Lem kayu	Resin
Kulit sapi	Amplas	Pengait jam
Jarum jam	Mesin jam	<i>Art paper</i>
Baterai jam	Mur baut	<i>Bubble wrap</i>
Kaca penutup	<i>Wax</i> kayu natural	Tali rami

Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang *diangkat* dalam laporan agar hasil penelitian menjadi valid dan sesuai dengan teori. Studi literatur diperoleh dari berbagai referensi antara lain buku, jurnal, informasi dari internet, dan lain sebagainya. Literatur yang digunakan adalah literatur mengenai pengembangan bisnis produk ekspor industri kreatif jam tangan *skateboard*.

Menurut Firdhani, A.R. (2017) dalam *website* menjelaskan bahwa Loosewood mampu memberikan nyawa baru pada *skateboard* bekas dan mengubahnya menjadi aksesoris keren yang lain dari biasanya. Kusumahardika, Aditya. (2018) dalam skripsinya juga menjelaskan bahwa limbah kayu dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan jam tangan yang bertemakan Teknik Mesin UII. Studi literatur yang digunakan sebagai acuan informasi dalam melakukan riset pasar ekspor antara lain adalah website *www.cia.gov* dan *www.trademap.org* untuk meriset peluang negara tujuan ekspor jam tangan, *website www.go4worldbusiness.com* untuk solusi menghubungkan perdagangan antara eksportir dan importir di seluruh dunia, *website www.intracen.org* dan *djpen.kemendag.go.id* sebagai sumber informasi terbaru mengenai perkembangan bisnis ekspor di seluruh dunia, serta *website intr.insw.go.id* untuk menentukan HS Code berdasarkan pada jenis produk yang akan diekspor.

Tahap Perencanaan dan Pengolahan Produk

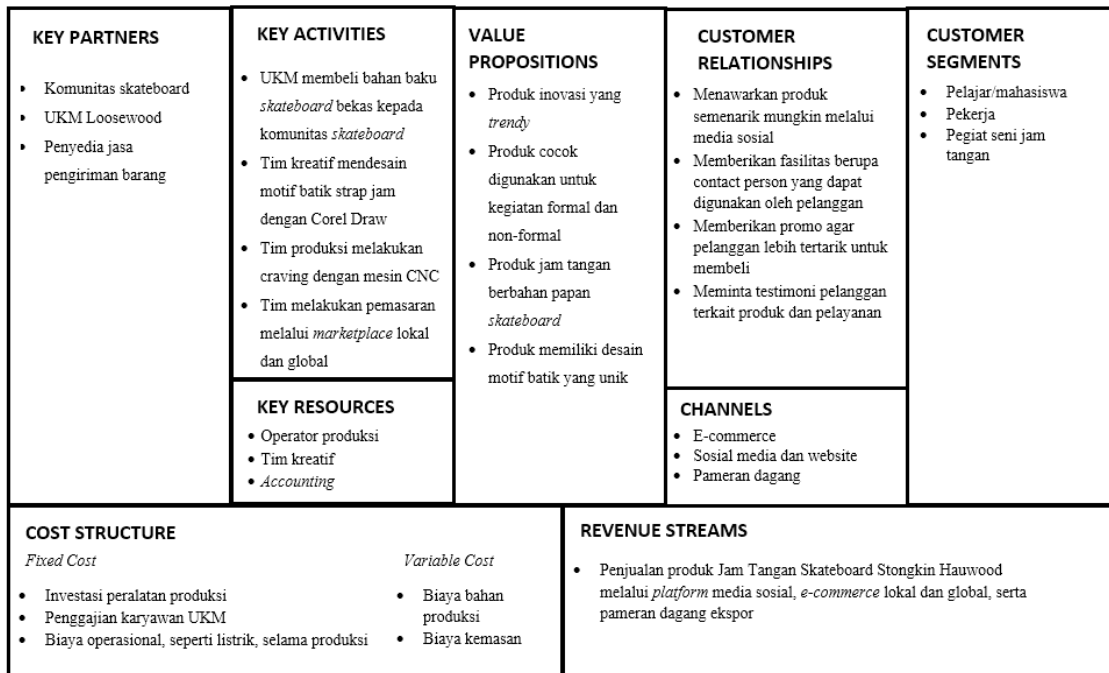
Pengumpulan data riset pasar global yang termasuk dalam perencanaan bisnis serta pengolahan produk jam tangan *skateboard* dilakukan secara daring dan luring selama lima bulan. Pengumpulan data riset pasar global dilakukan dengan meriset data dari berbagai *website* terkait, sedangkan tahap pengolahan produk dilakukan dengan survei lapangan ke UKM Loosewood.

Perencanaan Bisnis (Value Proposition)

Dalam melakukan pengembangan bisnis produk ekspor perlu terlebih dahulu dilakukan tahap perencanaan dan riset pasar. Perencanaan dilakukan untuk mengidentifikasi ruang lingkup dan hasil akhir yang akan dituju dengan cara mem-*breakdown* permasalahan dalam pengembangan bisnis. Pada project ini, model perencanaan bisnis yang digunakan adalah *business model canvas* (BMC).

Penggunaan BMC didasari karena model bisnis ini mampu membantu mengenali *value proposition* dari produk jam tangan Stongkin Hauwood berdasarkan *customer segments* jam tangan yang telah ditentukan. Selain itu, BMC mampu membangun dan menjalankan *key activities*, *key resources*, dan keterlibatan *key partners* dalam menciptakan *value proposition* dan mendapatkan *revenue streams*.

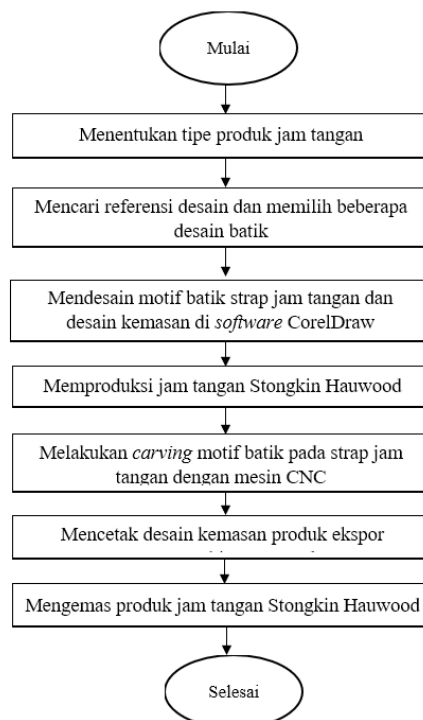
BUSINESS MODEL CANVAS: JAM TANGAN SKATEBOARD “STONGKIN HAUWOOD”



Gambar 2. BMC Jam Tangan Stongkin Hauwood

Pengolahan Produk

Pengolahan produk digunakan untuk mengolah produk hasil dari perencanaan bisnis dan riset pasar yang telah dilakukan. Proses produksi jam tangan mencakup proses pengembangan inovasi desain produk jam tangan dan desain kemasan produk. Pengembangan desain produk ini bertujuan untuk menambah nilai jual. Berikut merupakan alur proses produksi jam tangan.



Gambar 3. Flow Chart Proses Pengolahan Produk

3. Hasil dan Pembahasan Perencanaan Bisnis

Dalam melakukan pengembangan bisnis produk ekspor terlebih dahulu dilakukan tahap perencanaan dan riset pasar. Perencanaan perlu dilakukan untuk mengidentifikasi ruang lingkup dan hasil akhir yang akan dituju dengan cara mem-*breakdown* permasalahan dalam pengembangan bisnis produk ekspor.

a. Riset Pasar

Dalam merencanakan usaha bisnis ekspor diperlukan riset pasar sesuai dengan produk yang akan diekspor. Riset pasar dilakukan secara makro dan mikro. Riset pasar makro merupakan riset pasar yang dilakukan untuk mengetahui produk-produk yang potensial ekspor, sedangkan riset pasar mikro merupakan riset pasar yang spesifik dilakukan antara produk yang akan diekspor terhadap negara tujuan ekspor tersebut.

Pasar Makro

Peningkatan perekonomian suatu negara dapat dilihat dari nilai ekspor-impor. Jika nilai ekspor meningkat, maka pendapatan negara juga meningkat dan begitu pula sebaliknya. Nilai ekspor yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) akan terus mengalami perubahan setiap waktu ke waktu sesuai dengan perdagangan luar negeri yang terjadi. Berikut merupakan gambar bagan ekspor-impor Indonesia berupa migas dan non migas.



Gambar 4. Infografis Perkembangan Perdagangan Luar Negeri Periode Januari-September 2021

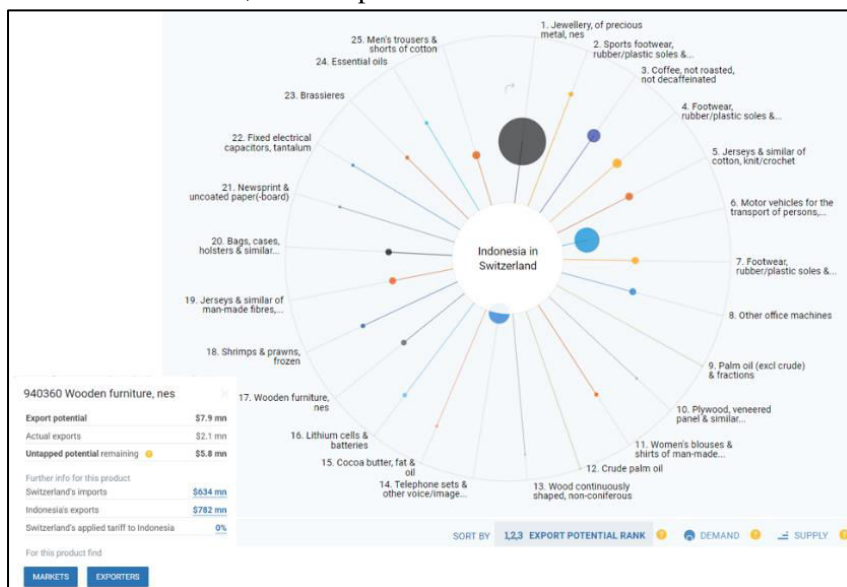
Gambar 4 di atas menunjukkan perkembangan nilai ekspor dan impor Indonesia baik migas dan non migas. Pada periode Januari-September 2021 neraca perdagangan komoditas migas mengalami defisit sebesar USD 8,4 miliar, sedangkan neraca perdagangan non migas mengalami surplus USD 33,48 miliar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai neraca perdagangan Indonesia mengalami surplus sebesar USD 25,07 miliar. Pada sektor non migas, nilai ekspor Indonesia pada lima kelompok komoditas terbesar secara berurutan yaitu komoditas lemak dan minyak sebesar USD 23,95 miliar, bahan bakar mineral sebesar USD 21,54 miliar, besi dan baja sebesar USD 14,34 miliar, kendaraan dan aksesoris lainnya sebesar USD 6,36 miliar, dan berbagai produk kimia sebesar USD 4,92 miliar. Adapun negara tujuan ekspor non migas Indonesia yang terbesar yaitu Tiongkok, Amerika Serikat, Jepang, India, dan Malaysia.

Pasar Mikro

Tren perdagangan ekspor Indonesia-Switzerland di bidang ekspor menurut KBRI Bern mengalami penurunan. Komoditas ekspor yang mengalami penurunan paling signifikan adalah komoditas logam mulia, perhiasan dan permata. Berdasarkan data pada *trademap*, pada tahun 2018-2020 negara Switzerland mengalami peningkatan nilai impor produk. Jenis produk yang menjadi komoditas impor terbesar adalah produk jenis perhiasan alami, batu mulia atau semi mulia, logam mulia, logam berlapis logam mulia, furniture, jam dinding dan jam tangan, alas kaki.

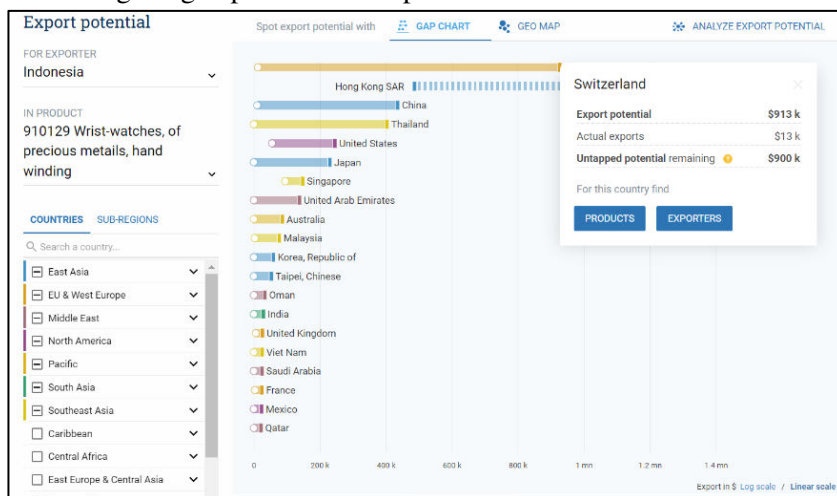
Salah satu produk potensial untuk dikembangkan dan diperdagangkan antara negara Switzerland dan Indonesia adalah produk *furniture*. Hal ini dikarenakan masyarakat Switzerland sangat menggemari *furniture* dari Indonesia. *Furniture* Indonesia yang menjadi produk *best seller* di Switzerland karena berkualitas tinggi (*high-end*) dan mutu yang terjamin. Jenis *furniture* yang disukai oleh masyarakat Switzerland di antaranya adalah mebel berbahan kayu yang tahan terhadap perubahan musim. Demikian pula, prinsip *sustainability production* dan *community development (fair trade)* juga menjadi perhatian para konsumen di Switzerland.

Konsumen produk kreatif negara Switzerland cukup tinggi karena orang - orang Switzerland sangat menghargai seni yang dibuktikan dengan banyaknya museum seni dan penggemar seni. Budaya Switzerland juga terkenal dengan kerajinan tangan, khususnya pembuatan jam. Industri jam tangan mewah di Switzerland memiliki reputasi pengerjaan yang sangat baik. Beberapa merek jam tangan terkenal tersebut adalah Patek Phillippe, Rolex, Tissot, TAG Heuer, Vacheron Constantin, dan Chopard.



Gambar 5. Produk Potensial Ekspor di Switzerland (Lanjutan)

Berdasarkan data intracen, dapat dilihat bahwa produk kerajinan dari bahan kayu menempati posisi ke 17 sebagai produk yang memiliki pasar besar di Switzerland. Dengan begitu, produk jam tangan Stongkin Hauwood sebagai salah satu produk kerajinan jam tangan kayu yang dapat bersaing dengan produk lain di pasar Switzerland.



Gambar 6. Diagram Negara Potensial Ekspor Jam Tangan

Data dari *exportpotential.intracen* menunjukkan bahwa negara tujuan ekspor yang paling potensial untuk produk jam tangan adalah negara Switzerland, Hong Kong, China, Thailand, dan Amerika Serikat. Dengan begitu, penentuan negara Switzerland sebagai negara tujuan ekspor jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood dirasa tepat karena produk jam tangan dengan bahan kayu memiliki pasar yang cukup menjanjikan di negara tersebut.

b. Perencanaan Produk

Produk ekspor yang dikembangkan adalah produk jam tangan *skateboard* dengan merek Stongkin Hauwood. Pemilihan produk ekspor jam tangan *skateboard* karena berdasarkan riset pasar yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa jam tangan merupakan salah satu aksesoris yang sangat digemari oleh sebagian besar masyarakat di seluruh dunia termasuk di negara Switzerland karena fungsi dan estetika produk. Switzerland merupakan salah satu negara yang mayoritas masyarakatnya sangat menghargai keunikan dan seni suatu produk kreatif. Berangkat dari fakta riset pasar tersebut, diputuskan bahwa modifikasi produk jam tangan dengan latar belakang produk yang unik mampu menarik perhatian pembeli. Inovasi produk jam tangan dilakukan dengan menggunakan bahan dari papan *skateboard* bekas yang telah dimodifikasi dan dipoles sehingga menghasilkan bentuk jam tangan yang indah dan secara tidak langsung turut menyumbang pengurangan limbah papan *skateboard* yang telah rusak menjadi suatu produk jam tangan yang memiliki nilai jual tinggi.

Pengembangan Produk Ekspor

Setelah menentukan produk ekspor dan UKM kolaborasi, selanjutnya dilakukan pengembangan produk dengan memberikan inovasi yang mampu membedakan produk asli UKM Loosewood dengan produk hasil kolaborasi. Proses pengembangan produk meliputi produksi produk jam tangan, menyiapkan desain *packaging*, membuat *packaging*, dan menentukan biaya produksi. Produksi pengembangan produk jam tangan *skateboard* dilakukan dengan memberikan inovasi berupa desain motif batik pada bagian strap jam tangan, sehingga batik dapat diperkenalkan ke seluruh dunia melalui pengaplikasiannya pada produk jam tangan. Inovasi ini dilakukan dengan mencetak desain batik ke strap jam tangan menggunakan mesin CNC.

Berikut merupakan rancangan pembiayaan dalam pengembangan produk jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood sebanyak 4 buah, meliputi 2 tipe jam tangan *skateboard* polos dan 2 tipe jam tangan *skateboard* motif batik.

Tabel 2. Rancangan Pembiayaan Produksi Jam Tangan Stongkin Hauwood

RANCANGAN PEMBIAYAAN PRODUKSI		
Biaya Pembuatan Produk		
Produk	Qty	Jumlah
Skatewatch Resin Black 40 mm	1	Rp 720.000,00
Skatewatch Patternship 40 mm	1	Rp 695.000,00
Skatewatch Natural Rosewood Batik 40 mm	1	Rp 655.000,00
Skatewatch Natural Rosewood Batik 30 mm	1	Rp 595.000,00
TOTAL		Rp 2.665.000,00
Biaya Packaging		
Produk	Qty	Jumlah
Tali rami	2	Rp 8.500,00
Bubble wrap	2	Rp 10.000,00
Kardus packaging besar	1	Rp 2.500,00
Art paper 310 gr	2	Rp 6.500,00
Isolasi transparan besar	1	Rp 9.000,00
TOTAL		Rp 36.500,00
Biaya Operasional		
Ongkos kirim Solo - Tangerang No. Resi : JD0151098376		Rp 17.000,00
Biaya Tenaga Kerja		
Keterangan	Qty	Jumlah
Gaji karyawan (tim)	4	Rp 116.600,00
Konsumsi karyawan (tim)	4	Rp 66.000,00
TOTAL		Rp 182.600,00
Total Keseluruhan Biaya		Rp 2.901.100,00

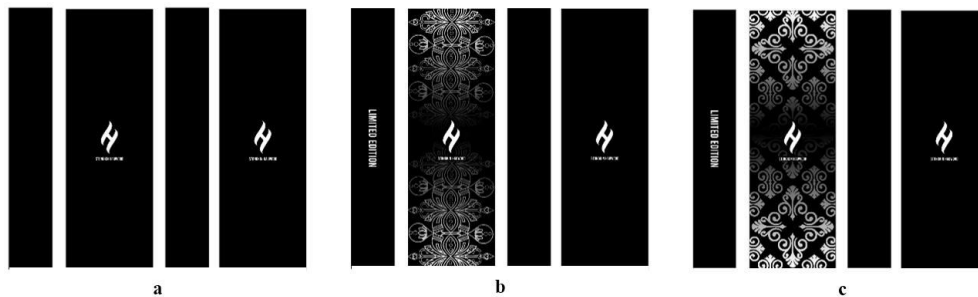
Pada rancangan pembiayaan terlihat bahwa biaya produksi jam tangan UKM Loosewood berkisar antara Rp595.000,00 – Rp720.000,00 bergantung dengan tipe jam tangan. Dengan begitu, total biaya pengembangan produk jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood yang meliputi biaya produksi, biaya *packaging*, biaya operasional, dan biaya tenaga kerja adalah Rp2.901.100,00.

Terdapat empat tipe model produk jam tangan Stongkin Hauwood yang diproduksi, antara lain tipe *skatewatch resin black* 40 mm, *skatewatch patternship* 40 mm, *skatewatch natural rosewood batik* 33 mm, dan *skatewatch natural rosewood batik* 40 mm. Gambar 7 menunjukkan keempat tipe produk jam tangan Stongkin Hauwood.



Gambar 7. Produk Jam Tangan Stongkin Hauwood

Pengembangan inovasi desain tidak hanya dilakukan pada desain produk, tetapi juga pada desain kemasan. Desain kemasan produk jam tangan Stongkin Hauwood dirancang sesuai dengan tipe jam tangan untuk merepresentasikan produk dalam kemasannya. Desain kemasan (a) digunakan untuk tipe produk *Skatewatch Resin Black* 40 mm dan *Skatewatch Patternship* 40 mm. Desain kemasan (b) digunakan untuk tipe produk *Skatewatch Natural Rosewood Batik* 40 mm. Desain kemasan (c) digunakan untuk tipe produk *Skatewatch Natural Rosewood Batik* 33 mm.



Gambar 8. Desain Kemasan Produk Jam Tangan Stongkin Hauwood

Pemasaran dan Penjualan Produk Ekspor

Pada penjualan produk ekspor jam tangan, negara Switzerland dipilih karena mayoritas penduduknya merupakan pembeli yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap produk jam tangan dan di negara ini telah memiliki pasar besar untuk produk jam tangan. Dengan kata lain, di negara Switzerland jalur untuk memasuki pasar global produk jam tangan sudah terbuka luas, sehingga eksportir cukup berusaha mengatur strategi dan terus mengembangkan inovasi agar dapat bersaing dengan produk-produk jam tangan yang telah laris di pasaran.

Pameran Dagang

Promosi dan penjualan produk dapat dilakukan dengan mempersiapkan katalog produk, *company profile*, akun media sosial, dan akun *marketplace*. Pembuatan katalog produk dan *company profile* bertujuan untuk memudahkan pembeli dalam melihat-lihat produk yang ditawarkan. Upaya promosi lain yang dapat dilakukan adalah dengan ikut serta dalam kegiatan pameran dagang internasional, terkhusus pada pameran dagang yang diselenggarakan oleh ITPC

dari negara tujuan. Pameran dagang dalam negeri Trade Expo Indonesia (TEI) menjadi pameran dagang internasional terbesar yang memberikan layanan fasilitas bagi UKM. Selain TEI, ada pula IFFINA (khusus produk furniture) dan INACRAFT (khusus produk kerajinan). ITPC dan Atase Perdagangan kerap memberikan fasilitas pameran dagang di negara wilayah kerjanya, termasuk ITPC Switzerland dengan pameran dagang SIPPO (Switzerland *Import Promotion Programme*).

Media Sosial

Hal lain yang perlu disiapkan dalam memasarkan dan menjual produk adalah media sosial, *official website*, dan *marketplace* lokal ataupun global. Media sosial dan *marketplace* dapat digunakan untuk mempromosikan serta media melakukan transaksi penjualan dengan pembeli di dalam negeri maupun luar negeri. Hubungan komunikasi antara eksportir dengan konsumen akan jauh lebih mudah dan diharapkan dapat saling menguntungkan karena eksportir mampu menemukan pembeli produknya dan konsumen mampu menemukan produk yang dicari. Tampilan promosi produk di media sosial harus *eye catching* dan informatif agar dapat menarik perhatian konsumen. Pembuatan desain akan lebih baik jika memiliki identitas desain yang menjadi ciri khas atau *brand identity* suatu produk agar konsumen lebih mudah untuk mengingat produk jam tangan tersebut. Pemilihan media *online* untuk platform promosi juga harus efektif dan tepat. Media *online* dengan banyak pengguna aktif dan disesuaikan dengan target pasar produk jam tangan akan menjadikan usaha promosi lebih maksimal.

Dalam melakukan penjualan produk ekspor, rencana keuangan usaha bisnis harus diperhatikan agar kegiatan promosi dan penjualan dapat sesuai keuangan. Berikut merupakan rencana keuangan bisnis produk ekspor jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood.

Tabel 3. Proyeksi Cash Flow (*In Flow*)

Angelica (25,74%)	1,300,000
Herlinawati (24,75%)	1,250,000
Indra (24,75%)	1,250,000
Sri Maduma (24,75%)	1,250,000
Total Inflow	5,050,000

Tabel 4. Proyeksi Cash Flow (*Out Flow*)

Harga beli			
Jam Tangan <i>Skateboard</i>	Rp 666.250		
Biaya Tambahan	Rp 59.025		
Biaya TKL	Rp 45.650		
Biaya BOP	Rp 13.375	Kurs (\$)	Rp 14.456
Target Penjualan	4	Harga jual (pcs)	US\$ 70
	Rp 2.901.100		Rp 1.000.000

Tabel 3 dan tabel 4 menunjukkan bahwa total inflow produk jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood adalah Rp 5.050.000,00 dan total outflow sebesar Rp 2.901.100,00. Dengan begitu, ditetapkan harga jual rata-rata untuk tiap jam tangan adalah US\$ 70 atau Rp 1.000.000,00.

Tabel 5. Proyeksi Income Statement

Target Penjualan (pcs/bulan)	4
Pendapatan	Rp 4.000.000
HPP	Rp 2.901.100
Biaya Bahan Baku	Rp 2.665.000
Biaya TKL	Rp 182.600
Biaya Overhead	Rp 53.500
Laba kotor	Rp 1.098.900
Biaya Umum (3%)	Rp 120.000
Biaya Adm (5%)	Rp 200.000
Biaya Penjualan (1%)	Rp 40.000
Laba sebelum bunga dan pajak	Rp 738.900
Biaya Bunga	0
Laba sebelum pajak	Rp 738.900
Pajak (10%)	Rp 73.890
Laba bersih	Rp 665.010
Dividend (40%)	Rp 266.004
Laba ditahan (60%)	Rp 399.006

Tabel 5 menunjukkan bahwa target penjualan selama sebulan adalah 4 buah jam tangan dengan harga jual sebesar Rp 4.000.000,00, maka diperoleh laba bersih sebesar Rp 665.010,00.

4. Simpulan

Simpulan dari perencanaan bisnis ekspor jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood ke Switzerland adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan dan pengembangan produk ekspor jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood dilakukan dengan berkolaborasi bersama UKM Loosewood.
2. Berdasarkan model bisnis business model canvas (BMC), inovasi produk dengan memberi motif batik pada strap jam dan channel atau saluran pemasaran produk melalui marketplace.
3. Pemasaran dan penjualan produk ekspor jam tangan *skateboard* Stongkin Hauwood dilakukan melalui cara promosi di media sosial dan *marketplace*, pembuatan katalog produk dan *company profile*, mengikuti pameran dagang atau *business matching* produk ekspor di SMESCO Jakarta.
4. Produk Stongkin Hauwood yang dikembangkan yaitu 2 tipe polos dan 2 tipe bermotif batik dengan negara tujuan ekspor adalah Switzerland.

Daftar Pustaka

- Firdhani, A.R. 2017. Loosewood Berikan Nyawa Baru pada *Skateboard* Bekas. <https://www.greeners.co/gaya-hidup/loosewood-berikan-nyawa-baru-skateboard-bekas/> Dikunjungi pada 22 Januari 2022.
- Kusumahardika, Aditya. 2018. Pemanfaatan Limbah Kayu Untuk Pembuatan Jam Tangan Bertemakan Teknik Mesin UII. Skripsi Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknologi Industri. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Mujianto, A. H., dkk. (2020). Implementasi *Online Market Place* Pada Industri Rumahan di Desa Mojodanu Ngusikan Jombang. Abidumasy Volume 01, Nomor 01.
- Mahdi, A. F., Baga, L. M. (2018). Business Model Canvas Perusahaan Pengolah Rumput Laut. Institut Pertanian Bogor. Forum Agribisnis Volume 8, No. 1
- Putro, Y.H.N. 2018. Bagaimana Memulai Ekspor Untuk Pemula. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/98> , Dikunjungi pada 25 April 2022
- Rinaldi, Banu. 2020. Melihat Potensi Ekspor bagi UKM Indonesia <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/283> , Dikunjungi pada 25 April 2022
- Wijaya, Atira. 2021. Analisis Pengaruh Perkembangan UMKM Terhadap Ekspor dan Impor di Indonesia Periode tahun 1998 – 2018. Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Indonesia