

Implementasi Simulasi Ekspor Sebagai Media Pembelajaran Bisnis Internasional: Studi Kasus Produk Verward

Fadlillah Ramadhan¹, Wildan Fathil Padil², Dava Indira Dandy³, Rizal Mustofa⁴,
Noval Wijaya⁵, Bilal Arfiansyah⁶

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bandung^{1,2,3,4,5,6}

Email : fadlillahramadhan@umbandung.ac.id¹ wildanpadil@umbandung.ac.id² davadandy@umbandung.ac.id³
rizalmustofa@umbandung.ac.id⁴ novalwijaya@umbandung.ac.id⁵ bilalarfiansyah@umbandung.ac.id⁶

Diterima: 11-07-2025 | Disetujui: 19-07-2025 | Diterbitkan: 21-07-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of a simulated export of a local t-shirt brand, Verward, to Japan by Management students. The simulation was conducted as part of experiential learning in the International Business course. A descriptive qualitative approach with a case study method was employed. Data were collected through communication records, shipping documentation, and confirmation of product receipt from the buyer in Japan. The results indicate that students were able to execute the export process in a real-world setting, including product selection, cross-border communication, international delivery, and transaction finalization. Key challenges faced included time zone differences, buyer trust, and understanding export procedures. However, these obstacles were addressed through effective communication strategies and teamwork. This simulation provided practical insight into small-scale export processes and enhanced students' readiness to engage in global business activities. The study recommends integrating export simulations into international business education as a method of experiential learning.

Keywords: Export simulation; Local t-shirt; Student; Japan; International business.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan simulasi ekspor produk t-shirt lokal bermerek Verward ke Jepang oleh mahasiswa Program Studi Manajemen. Simulasi ini merupakan bagian dari pembelajaran berbasis praktik dalam mata kuliah Bisnis Internasional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui dokumentasi komunikasi, bukti pengiriman, dan konfirmasi penerimaan dari pembeli di Jepang. Hasil menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menjalankan proses ekspor secara nyata, mulai dari pemilihan produk, komunikasi lintas negara, pengiriman internasional, hingga penyelesaian transaksi. Tantangan utama yang dihadapi meliputi perbedaan waktu, kepercayaan pembeli, dan pemahaman terhadap prosedur ekspor. Namun, melalui strategi komunikasi yang efektif dan kerja sama tim, tantangan tersebut dapat diatasi. Simulasi ini memberikan wawasan praktis tentang proses ekspor skala kecil dan meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia bisnis global. Penelitian ini merekomendasikan penerapan simulasi ekspor sebagai metode pembelajaran experiential learning dalam pendidikan bisnis internasional.

Katakunci: Simulasi ekspor; T-shirt lokal; Mahasiswa; Jepang; Bisnis internasional.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fadlillah Ramadhan, Wildan Fathil Padil, Dava Indira Dandy, Rizal Mustofa, Noval Wijaya, & Bilal Arfiansyah. (2025). Implementasi Simulasi Ekspor Sebagai Media Pembelajaran Bisnis Internasional: Studi Kasus Produk Verward. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2b), 4630-4640. <https://doi.org/10.62710/Ognvca44>

PENDAHULUAN

Globalisasi telah mendorong integrasi pasar internasional dan membuka peluang besar bagi pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk memasuki pasar global melalui aktivitas ekspor. Ekspor tidak hanya berperan dalam meningkatkan devisa negara, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran nyata dalam memahami dinamika perdagangan internasional. Di sisi lain, proses ekspor membutuhkan pengetahuan dan keterampilan praktis, mulai dari pemilihan produk yang sesuai pasar tujuan, komunikasi lintas budaya, hingga pengelolaan logistik dan dokumen pendukung.

Dalam konteks pendidikan tinggi, khususnya pada program studi Manajemen, pemahaman tentang praktik ekspor perlu diberikan tidak hanya secara teoritis tetapi juga melalui pendekatan experiential learning. Salah satu metode yang efektif adalah simulasi ekspor, di mana mahasiswa terlibat langsung dalam proses pengiriman produk ke luar negeri. Simulasi ini memberikan pengalaman nyata dalam menghadapi tantangan ekspor sekaligus mengembangkan kompetensi profesional mahasiswa.

Penelitian ini berfokus pada simulasi ekspor produk t-shirt lokal bermerek *Verward* ke Jepang yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai bagian dari tugas mata kuliah Bisnis Internasional. Kegiatan ini menjadi bentuk konkret pembelajaran yang tidak hanya meningkatkan pemahaman terhadap konsep ekspor, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi, negosiasi, dan pengambilan keputusan bisnis lintas negara.

KAJIAN TEORI

1. Ekspor UMKM Di Indonesia

Ekspor merupakan salah satu strategi penting bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Studi oleh Ardiyanti & Kahfi (2023) menunjukkan bahwa faktor internal seperti pengetahuan dan keterampilan ekspor serta dorongan untuk melakukan ekspor menjadi penentu keberhasilan ekspor UMKM Indonesia. Penelitian ini menekankan pentingnya pendampingan dan pengalaman praktis dalam meningkatkan kesiapan ekspor.

2. Daya Saing Produk UMKM Dan Pasar Tujuan

Riset tentang potensi ekspor produk Indonesia melalui model gravity menunjukkan bahwa Jepang termasuk negara tujuan dengan permintaan tinggi terhadap produk tekstil dan kerajinan. Data ini mendukung relevansi simulasi ekspor t-shirt lokal ke Jepang dalam konteks kursus bisnis internasional Anda.

3. Internasionalisasi UMKM

Penelitian Ariyani (2022) menguraikan kebijakan internasionalisasi UMKM Indonesia yang merekomendasikan keterlibatan aktif UMKM dalam program ekspor langsung maupun tidak langsung, serta dukungan ekosistem seperti fasilitas GVC (Global Value Chain). Simulasi ekspor Anda merefleksikan kebutuhan tersebut secara mikro.

4. Peningkatan Kapasitas Ekspor Dan Legalitas

Menurut Ratnasari et al. (2023), salah satu hambatan utama UMKM untuk ekspor mandiri adalah ketidaktahuan soal dokumen dan prosedur legalitas ekspor, seperti invoice, packing list, dan bill of lading.

Praktik simulasi ekspor yang mencakup komunikasi dan pelabelan menunjukkan usaha mahasiswa dalam memahami prosedur tersebut.

5. Peran Komunikasi Bisnis Internasional

Penelitian Winata et al. (2023) menilai bahwa komunikasi bisnis yang efektif memegang peran krusial dalam perkembangan UMKM, khususnya dalam negosiasi dan pembentukan kepercayaan antara pelaku usaha dan pembeli antar negara. Pendekatan ini diterapkan dalam simulasi Anda sebagai bagian penting dalam membangun relasi bisnis lintas budaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk menganalisis simulasi ekspor produk t-shirt bermerek *Verward* ke Jepang yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung. Data dikumpulkan melalui dokumentasi berupa tangkapan layar komunikasi dengan pembeli, bukti pengiriman, serta konfirmasi penerimaan produk. Observasi partisipatif juga dilakukan terhadap proses ekspor mulai dari perencanaan, pengemasan, hingga pengiriman. Penelitian dilaksanakan pada Juli 2025 di Bandung sebagai lokasi pelaksana simulasi dan Jepang sebagai negara tujuan ekspor. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif melalui penyusunan kronologi aktivitas dan interpretasi naratif terhadap tantangan dan strategi yang muncul selama kegiatan berlangsung. Triangulasi dokumen digunakan untuk meningkatkan validitas dan keakuratan hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Bisnis



Gambar 1. Logo

Bisnis t-shirt "VERWARD" berdiri pada tahun 2024 dengan visi untuk memberikan pilihan pakaian yang berkualitas, kreatif, dan penuh makna kepada masyarakat. Inspirasi awal bisnis ini muncul dari inspirasi, misalnya tren pasar, kecintaan terhadap desain, atau keinginan untuk menciptakan produk yang unik.

Pendiri bisnis ini, Rizal Mustofa dan Noval Wijaya, memiliki latar belakang di bidang desain grafis, seni, pemasaran dan bertekad untuk menghadirkan sesuatu yang berbeda di pasar fashion, khususnya t-shirt. Ide ini pertama kali muncul ketika seorang remaja yang sedang kebingungan.

Di awal perjalanan, bisnis ini dimulai dengan modal terbatas dan berfokus pada produksi skala kecil. T-shirt pertama kali diproduksi dengan bekerja sama dengan vendor lokal atau membuat desain

sendiri. Dalam waktu singkat, produk ini mulai mendapat perhatian karena memiliki keunggulan produk, misanya dari desain unik, bahan berkualitas, atau harga terjangkau. Dalam perkembangannya, "VERWARD" berhasil menarik perhatian pasar dengan mengusung konsep utama bisnis t-shirt custom, desain berbasis budaya lokal, atau produk ramah lingkungan. Komitmen untuk selalu memberikan produk yang inovatif dan berkualitas menjadikan bisnis ini terus berkembang hingga hari ini.

2. Dokumentasi Komunikasi Awal Ekspor

Sebagai bagian dari proses simulasi ekspor dalam kegiatan *Verward Project*, ditampilkan dokumentasi komunikasi antara mahasiswa selaku eksportir dan pembeli asal Jepang sebagai bukti pendukung yang valid. Komunikasi awal dimulai pada tanggal 30 Juli 2025 melalui aplikasi WhatsApp, yang menjadi media utama dalam menjalin interaksi lintas negara secara langsung. Pada tahap ini, mahasiswa menyampaikan informasi produk secara rinci, termasuk spesifikasi t-shirt, desain, harga, hingga metode pengiriman yang memungkinkan. Di sisi lain, pembeli memberikan tanggapan, melakukan klarifikasi, dan menyampaikan preferensi tertentu sebelum mencapai kesepakatan. Proses komunikasi ini tidak hanya menunjukkan adanya minat dan respon dari pasar tujuan, tetapi juga mencerminkan kemampuan mahasiswa dalam melakukan negosiasi dan menjalin hubungan bisnis lintas budaya. Dokumentasi ini menjadi bagian penting dalam simulasi karena menggambarkan dinamika komunikasi internasional secara nyata serta memperkuat validitas proses ekspor yang dijalankan sebagai bagian dari pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*).



Gambar 2 . Komunikasi Awal



Gambar 3 . Komunikasi Lanjutan

3. Produk Yang Di Kirim

Dalam rangka pelaksanaan simulasi ekspor dalam *Verward Project*, mahasiswa selaku eksportir telah mengirimkan produk sebagai bagian dari praktik nyata kegiatan ekspor skala kecil. Produk yang dipilih merupakan t-shirt lokal dengan desain orisinal dan bahan berkualitas, yang telah disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi pasar tujuan, yaitu konsumen di Jepang. Pemilihan produk ini mempertimbangkan beberapa faktor penting, seperti daya tarik desain secara visual, kenyamanan bahan, serta kesesuaian harga dengan daya beli konsumen internasional. Produk yang dikirim telah melalui proses seleksi dan pengemasan secara cermat guna memastikan kualitas tetap terjaga selama pengiriman lintas negara. Dokumentasi produk meliputi foto visual, spesifikasi produk, serta narasi penjabar yang menggambarkan fitur unggulan dari produk yang ditawarkan. Informasi ini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap administratif dalam simulasi ekspor, tetapi juga menjadi representasi konkret dari kesiapan mahasiswa dalam memahami prinsip-prinsip pemasaran internasional dan manajemen kualitas produk yang layak ekspor.



Gambar 4. Produk Yang Di Kirim



Gambar 5. Produk Yang Di Kirim

4. Proses Pengiriman

Sebagai bagian dari pelaksanaan simulasi ekspor dalam *Verward Project*, proses pengiriman produk telah dilaksanakan pada tanggal 4 Juli 2025 sebagai langkah konkret dalam merealisasikan praktik ekspor skala kecil oleh mahasiswa. Pengiriman dilakukan setelah tahap komunikasi dan pemilihan produk disepakati bersama pembeli di Jepang. Kegiatan ini sekaligus menjadi representasi nyata dari proses logistik internasional yang dijalankan secara mandiri oleh pelaku usaha pemula, dalam hal ini mahasiswa, dengan memperhatikan aspek ketepatan waktu, kejelasan informasi pengiriman, serta keamanan produk selama proses transit. Pengiriman dilakukan melalui jasa ekspedisi internasional ke alamat pembeli yang berlokasi di Prefektur Hokkaido, Jepang, dengan rincian sebagai berikut:

Nama penerima: Mochammad Dzikri Alfauzan

Alamat: 北海道有珠郡壮瞥町字立香193-25 (Hokkaidō Usu-gun Sōbetsu-chō ji Tatsuka 193-25)

KodePos: 052-0106

Negara: Jepang

Pelaksanaan pengiriman ini tidak hanya mendemonstrasikan pemahaman mahasiswa terhadap aspek operasional dalam perdagangan lintas negara, tetapi juga melatih ketelitian dalam pengurusan data penerima, sistem pelabelan, dan ketepatan administratif yang krusial dalam aktivitas ekspor-impor.




Gambar 6. Resi Pengiriman

5. Monitoring Status Pengiriman Melalui Pelacakan

Untuk memastikan transparansi serta memantau jalannya proses logistik selama pengiriman internasional, dilakukan pelacakan terhadap paket yang dikirim dalam rangka simulasi ekspor *Verward Project*. Produk dikirim dari Indonesia pada tanggal 4 Juli 2025 dan ditujukan kepada pembeli atas nama Mochammad Dzikri Alfauzan yang beralamat di 北海道有珠郡壮瞥町字立香193-25 (Hokkaidō Usu-gun Sōbetsu-chō ji Tatsuka 193-25), Kode Pos 052-0106, Jepang. Proses pelacakan dilakukan secara berkala menggunakan sistem tracking daring yang disediakan oleh pihak ekspedisi, yang mencatat setiap perubahan status dan lokasi paket sejak keberangkatan hingga diterima oleh pembeli.

Dokumentasi hasil pelacakan ini berfungsi sebagai bukti objektif bahwa pengiriman telah berjalan sesuai prosedur dan menunjukkan tingkat akurasi serta efisiensi dari layanan logistik yang digunakan. Selain itu, pelacakan ini juga memberikan estimasi waktu tempuh yang realistis untuk pengiriman ekspor skala kecil ke negara tujuan, sekaligus menjadi referensi penting bagi pelaku usaha pemula dalam memahami durasi dan dinamika pengiriman lintas negara. Dengan adanya monitoring ini, mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola aspek logistik yang menjadi bagian integral dari kegiatan ekspor.

Perjalanan Paket EE219238680ID	
13/07/2025 - - 11:50	Barcode: EE219238680ID Kiriman berhasil diserahkan/Final delivery (EMI) Jepang Product: Express Mail Service (EMS)
13/07/2025 - - 09:46	Kiriman berangkat dari kantor antaran/Item out for physical delivery (EDG) Jepang
13/07/2025 - - 09:09	Kiriman tiba di kantor tranist/antaran/Arrival at delivery office (EMG) Jepang
10/07/2025 - - 09:43	Kiriman berangkat dari fasilitas impor/Departure from inward office of exchange (EMF) Jepang
10/07/2025 - - 09:42	Kiriman diterima dari BC Impor/Item returned from customs (import) (EDC) Jepang Tax Release from Bea & Cukai. go to https://www.beacukai.go.id/baranakiriman
09/07/2025 - - 15:14	Kiriman diserahkan kepada BC Impor/Item presented to import Customs (EDB) Jepang Bea & Cukai Process, go to https://www.beacukai.go.id/barangiriman
09/07/2025 - - 13:29	Kiriman tiba di fasilitas impor/Arrival at inward office of exchange (EMD) Jepang
06/07/2025 - - 13:14	Kiriman berangkat dari fasilitas ekspor/Departure from outward office of exchange (EMC) Indonesia - Jakarta (Soekarno Hatta)
06/07/2025 - - 03:13	Kiriman tiba di fasilitas ekspor/Arrival at outward office of exchange (EMB) Indonesia - Jakarta (Soekarno Hatta)
04/07/2025 - - 14:26	Kiriman sudah diterima/Posting collection (EMA) -

 <p>Logistik Indonesia</p>	Hubungi Kami / Informasi	Produk
	☎ Halo Pos: 1500161	Pos Sameday
	🗉 FAQ	Pos Reguler
	✉ halopos@posindonesia.co.id	Pos Nextday

Gambar 7. Tracing

6. Konfirmasi Penerimaan Produk Oleh Konsumen Di Negara Tujuan

Sebagai tahapan akhir dari rangkaian simulasi ekspor dalam *Verward Project*, produk yang telah dikirim berhasil diterima oleh pembeli di Jepang pada tanggal 13 Juli 2025. Penerimaan ini menandai keberhasilan proses ekspor skala kecil yang dilakukan secara mandiri oleh mahasiswa, mulai dari tahap

Implementasi Simulasi Ekspor Sebagai Media Pembelajaran Bisnis Internasional: Studi Kasus Produk Verward
(Ramadhan, et al.)

awal komunikasi hingga pengiriman lintas negara. Produk diterima oleh konsumen atas nama Mochammad Dzikri Alfauzan di alamat 北海道有珠郡壮瞥町字立香193-25 (Hokkaidō Usu-gun Sōbetsu-chō ji Tatsuka 193-25), Kode Pos 052-0106, Jepang. Konfirmasi penerimaan disampaikan langsung oleh pembeli melalui pesan elektronik dan disertai dokumentasi visual sebagai bentuk validasi bahwa barang telah diterima dalam kondisi baik dan sesuai ekspektasi.

Dokumentasi penerimaan ini tidak hanya menjadi bukti keberhasilan operasional dari kegiatan ekspor, tetapi juga memperkuat bahwa seluruh tahapan dalam simulasi — mulai dari komunikasi awal, pemilihan produk, pengemasan, pengiriman, pelacakan, hingga penerimaan barang — telah terlaksana secara utuh, sistematis, dan dapat diverifikasi. Keberhasilan ini mencerminkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola rantai aktivitas ekspor secara menyeluruh dan menjadi indikator bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) mampu membentuk kesiapan praktis dalam menghadapi tantangan bisnis internasional.



Gambar 8. Barang Di Terima Konsumen

7. Skema Pembayaran Dan Konfirmasi Transaksi

Dalam proses simulasi ekspor *Verward Project*, skema pembayaran yang disepakati antara mahasiswa sebagai eksportir dan pembeli asal Jepang dilakukan dengan sistem *payment after delivery*, di mana pembayaran akan dilakukan setelah produk diterima dan diverifikasi dalam kondisi baik. Kesepakatan ini tercapai melalui komunikasi langsung antara kedua belah pihak, dan mencerminkan adanya tingkat kepercayaan yang cukup tinggi dalam menjalankan transaksi lintas negara secara informal. Skema semacam ini umum diterapkan dalam praktik ekspor skala kecil, terutama ketika berhadapan dengan pembeli yang baru pertama kali menjalin kerja sama dan masih memerlukan jaminan atas kualitas produk.

Dokumentasi komunikasi yang mendasari persetujuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memahami dan menyesuaikan diri dengan dinamika negosiasi internasional yang menuntut fleksibilitas dan pendekatan berbasis kepercayaan. Meskipun skema pembayaran pasca-penerimaan barang memiliki potensi risiko bagi pihak penjual, pendekatan ini dapat diterima dalam konteks simulasi edukatif karena memberikan pengalaman langsung dalam mengelola risiko keuangan dan membangun relasi bisnis yang berbasis integritas. Oleh karena itu, model pembayaran ini juga memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap variasi sistem transaksi dalam praktik ekspor nyata.



Gambar 9 Bukti Transaksi



Gambar10. Bukti Transaksi

KESIMPULAN

Melalui pelaksanaan simulasi ekspor dalam kegiatan *Verward Project*, dapat disimpulkan bahwa proses ekspor, meskipun dilakukan dalam skala kecil dan bersifat edukatif, tetap memerlukan pemahaman yang komprehensif terhadap berbagai aspek utama dalam perdagangan internasional. Hal ini mencakup pemilihan produk yang sesuai dengan karakteristik pasar tujuan, analisis preferensi konsumen, komunikasi lintas budaya yang efektif, hingga pengelolaan logistik dan kelengkapan dokumen ekspor. Simulasi ini membuktikan bahwa aktivitas ekspor bukan sekadar pengiriman barang ke luar negeri, tetapi merupakan rangkaian proses yang saling terkait dan menuntut ketelitian, kejelasan informasi, serta kepercayaan yang dibangun melalui interaksi antara penjual dan pembeli.

Dalam proyek ini, mahasiswa berhasil melaksanakan pengiriman produk ke Jepang pada tanggal 4 Juli 2025 dan menerima konfirmasi penerimaan produk pada 13 Juli 2025. Keberhasilan ini menunjukkan

bahwa alur ekspor yang dirancang telah berjalan sesuai rencana dan memenuhi harapan pihak pembeli. Pengalaman ini juga memperlihatkan tantangan nyata yang umum dihadapi dalam perdagangan internasional, seperti perbedaan zona waktu, hambatan bahasa, serta kompleksitas prosedur logistik yang memerlukan adaptasi cepat dan solusi praktis di lapangan.

Dengan demikian, simulasi ekspor yang dilakukan telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa mengenai realitas dunia bisnis internasional. Kegiatan ini tidak hanya memperkaya pengetahuan teoritis, tetapi juga membentuk keterampilan praktis seperti negosiasi, manajemen operasional, dan pengambilan keputusan berbasis situasi aktual. Pengalaman langsung ini menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk menghadapi tantangan dunia kerja global yang semakin dinamis dan kompetitif

DAFTAR PUSTAKA

- Winata, R., Arya, F., Ferdiansyah, M., Fajarini, N., Halisah, R., & Ramadhani, P. (2023). Peran komunikasi bisnis dalam membantu perkembangan UMKM Tahu Payah. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 17(3).
- Ratnasari, N., Noraga, G. B., & Amelia, E. (2023). Peningkatan Kualitas Umkm Menuju Ekspor Mandiri. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3200-3214.
- Ariyani, L. (2022). Memetakan Kebijakan Internasionalisasi UMKM Indonesia. *Trade Policy Journal*, 1(1), 13-18.
- Rozani, A., & Huda, N. (2022). Keunggulan ekspor antar negara dan daya saing produk UMKM Indonesia dengan Pendekatan Gravity Model. *e-Jurnal Perspektif Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 1-8.
- Ardiyanti, S. T., & Kahfi, A. S. (2023). Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor UMKM Indonesia. *Cendekia Niaga*, 7(1), 13-22.
- Astuti, I. P., & Ayuningtyas, F. J. (2018). Pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 19(1), 1-10.
- Benny, J. (2013). Ekspor dan impor pengaruhnya terhadap posisi cadangan devisa di Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). Analisis pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 53-62.
- Lubis, A. D. (2010). Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 4(1), 1-13.