

Dampak globalisasi ekonomi pada pertumbuhan usaha kecil dan menengah di indonesia

Allysha Syatifa Fitriana

Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: allyshasyatifaf@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 11-11-2024

Revised 27-11-2024

Accepted 16-12-2024

Keyword:

Globalisasi ekonomi,
Pertumbuhan ekonomi,
Tantangan bisnis, Usaha
kecil dan menengah
(UKM).

ABSTRAK

Pengaruh globalisasi ekonomi telah menjadi fenomena yang signifikan dalam perekonomian global pada abad ke-21. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh negara maju tetapi juga negara berkembang seperti Indonesia. Di Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memegang peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Namun, globalisasi ekonomi telah membawa dampak yang kompleks pada UKM di Indonesia. Tulisan ini akan membahas dampak globalisasi ekonomi pada pertumbuhan UKM di Indonesia, terutama perubahan dalam lanskap bisnis, tantangan yang dihadapi, dan upaya penanggulangan yang diperlukan. Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan literatur, memperluas penelitian sebelumnya untuk memahami secara menyeluruh bagaimana globalisasi ekonomi memengaruhi UKM di Indonesia. Globalisasi ekonomi memiliki dampak yang signifikan pada pertumbuhan UKM di Indonesia, dengan membuka peluang baru namun juga menimbulkan tantangan yang harus diatasi. Meskipun akses pasar yang lebih luas dan teknologi memberikan peluang baru, UKM juga dihadapkan pada persaingan yang semakin sengit dan kesulitan dalam memenuhi standar internasional. Dengan dukungan kebijakan yang tepat dan upaya peningkatan kapasitas, UKM di Indonesia dapat mengoptimalkan potensi globalisasi ekonomi untuk pertumbuhan jangka panjang.



©2023 Authors. Published by Sabajaya Publisher. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi merupakan fenomena yang tidak terelakkan dalam era modern ini, di mana keterbukaan pasar dan integrasi ekonomi global menjadi ciri utama. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, serta liberalisasi perdagangan dan investasi, telah mengakselerasi proses globalisasi ekonomi. Bagi Indonesia, yang merupakan salah satu negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara, globalisasi ini membawa dampak signifikan pada berbagai sektor ekonomi, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM).

Usaha kecil dan menengah memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. UKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Dengan demikian, keberhasilan dan pertumbuhan UKM sangat menentukan stabilitas dan kemajuan ekonomi negara. Di tengah arus globalisasi, UKM dihadapkan pada berbagai peluang seperti akses ke pasar internasional, peningkatan efisiensi melalui transfer teknologi, dan kesempatan untuk menjalin kemitraan dengan perusahaan asing. Namun, globalisasi juga membawa tantangan besar seperti persaingan yang lebih ketat, perubahan dinamika pasar, dan risiko fluktuasi ekonomi global.

Seiring dengan semakin terbukanya pasar global, UKM di Indonesia harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk bersaing secara efektif. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana globalisasi ekonomi mempengaruhi pertumbuhan UKM menjadi krusial bagi pengambilan kebijakan dan strategi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak globalisasi ekonomi terhadap pertumbuhan UKM di Indonesia, dengan fokus pada identifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan manfaat globalisasi.

Di kawasan Asia Pasifik, kesadaran akan pentingnya usaha kecil dan menengah (UKM) semakin meningkat, seperti yang disoroti dalam forum APEC yang mempertemukan Menteri-Menteri yang membidangi UKM di Christchurch, Selandia Baru, pada tahun 1999. Pengalaman, keyakinan, dan harapan yang dibagikan selama forum tersebut telah terus memicu semangat yang bertahan hingga saat ini. Di Indonesia, harapan serupa sering disampaikan, terutama karena pengalaman selama krisis multidimensi tahun 1997-1998. Pada periode tersebut, UKM menunjukkan ketahanan mereka, mempertahankan kelangsungan usaha dan memainkan peran penting dalam menjaga beberapa sub-sektor ekonomi tetap berjalan. Peran ini terutama terlihat dalam sektor-sektor yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat melalui produksi dan normalisasi distribusi.

Bukti ini telah menumbuhkan optimisme baru di kalangan banyak individu dengan sumber daya terbatas, menunjukkan potensi mereka untuk menjadi penggerak pemulihan ekonomi. Seiring dengan semakin terbukanya pasar global, UKM di Indonesia harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk bersaing secara efektif. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana globalisasi ekonomi mempengaruhi pertumbuhan UKM menjadi krusial untuk pembuatan kebijakan dan pengembangan strategi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak globalisasi ekonomi terhadap pertumbuhan UKM di Indonesia, dengan fokus pada identifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan manfaat globalisasi.

Menurut Kuncoro (2015), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) menghadapi tantangan yang signifikan dalam mendukung perekonomian nasional di era globalisasi. Untuk bersaing secara global, UKM perlu terus berinovasi dalam pengembangan produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing UKM dan bersaing dengan produk asing di pasar domestik dan internasional. Keberhasilan dalam perdagangan internasional dapat diukur dari tingkat daya saingnya, yang merupakan kunci kesuksesan bagi pelaku bisnis dan negara dalam menavigasi arus globalisasi.

Selain itu, UKM juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keberhasilan mereka dalam menghadapi tantangan global. Dukungan dari pemerintah, akses ke pembiayaan yang terjangkau, serta pengembangan jejaring bisnis yang kuat juga merupakan hal yang penting bagi UKM untuk mencapai kesuksesan dalam pasar global. Dengan memperhatikan berbagai aspek ini, UKM dapat menjadi tulang punggung ekonomi nasional dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam konteks persaingan bebas, usaha menengah dianggap lebih siap dibandingkan usaha kecil dalam hal sumber daya manusia, skala usaha, inovasi, dan akses pasar. Namun, dukungan terhadap UKM cenderung lebih fokus pada usaha kecil, sehingga usaha menengah seringkali terabaikan. Kebijakan pengembangan untuk usaha menengah belum memiliki landasan hukum yang jelas, sehingga arah pengembangannya masih belum pasti. Untuk meningkatkan kinerja UKM dalam pasar bebas dan mengatasi kesenjangan yang ada, penting untuk memperkuat usaha menengah. Strategi pengembangan usaha menengah sering diabaikan, meskipun mereka memiliki potensi teknologi dan sumber daya manusia yang lebih tinggi dibandingkan usaha kecil. Usaha menengah seharusnya didorong sebagai motor pengembangan UKM dalam persaingan bebas.

UKM menghadapi tekanan ganda: dari dalam berupa produktivitas yang tertinggal, efisiensi, dan inovasi; dan dari luar berupa tekanan pasar. Struktur usaha yang tidak merata dan kesenjangan antara usaha besar, kecil, dan menengah menjadi tantangan signifikan. Dalam era perdagangan bebas dengan siklus produk yang pendek dan didorong oleh preferensi konsumen, akses pasar dan kemampuan inovasi sangat penting untuk daya saing. Ini menjadi titik lemah bagi banyak UKM, meskipun mereka memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja. Potensi ekspor UKM juga besar, namun belum dimanfaatkan secara optimal, kecuali pada beberapa sektor industri tertentu yang sudah terlibat dalam kegiatan ekspor.

Persaingan yang sengit mendorong para pengusaha usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memahami perubahan dalam dinamika pasar dan menerapkan strategi yang efektif untuk mempertahankan posisi kompetitif mereka. Mereka harus terus beradaptasi dengan lanskap bisnis yang terus berubah dan modern. Pentingnya memiliki strategi yang efektif dan efisien tidak boleh diabaikan karena hal ini sangat vital untuk kelangsungan hidup dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Penelitian Asyhari, Pudjihastuti, dan Kurdaningsih (2018) menunjukkan bahwa kinerja bisnis UKM dapat ditingkatkan melalui strategi bisnis berkualitas, praktik penjualan yang etis, inovasi proses, pola

pikir kewirausahaan, dan adaptabilitas lingkungan bisnis. Selain itu, penelitian lain oleh Yusnita dan Wahyudin (2019) menekankan peran penting inovasi dalam mencapai keunggulan kompetitif UKM di Kabupaten Bangka. Tyoso dan Haryanti (2020) juga menegaskan bahwa keunggulan kompetitif UKM dapat dicapai melalui tenaga kerja terampil, basis pelanggan yang setia, produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, inovasi produk dan proses produksi, serta fasilitas bisnis yang sesuai.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang dinamika globalisasi ekonomi dan implikasinya bagi UKM. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mendukung pengembangan UKM di era globalisasi. Dengan demikian, UKM di Indonesia dapat meningkatkan daya saing dan kontribusinya terhadap perekonomian nasional secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *literature review* yang merujuk pada sejumlah jurnal yang meneliti "Dampak Globalisasi Ekonomi terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia." Penelitian ini akan memperluas dari penelitian sebelumnya yang relevan untuk memahami secara komprehensif bagaimana globalisasi ekonomi mempengaruhi UKM di Indonesia. Melalui pendekatan ini, penelitian akan menyelidiki dengan seksama literatur yang relevan mengenai tantangan dan strategi yang dihadapi oleh UKM dalam menghadapi globalisasi ekonomi. Metode ini dimaksudkan untuk memberikan analisis mendalam terhadap pengetahuan yang ada dan wawasan tentang dinamika UKM dalam konteks globalisasi ekonomi di Indonesia.

Dengan demikian, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam dan konkret tentang realitas yang dihadapi oleh UKM. Ini melampaui kerangka teoritis ke pemahaman praktis tentang langkah-langkah yang dapat mereka ambil untuk berhasil menavigasi era globalisasi ekonomi. Hal ini akan memberikan kontribusi yang berharga bagi pemangku kepentingan, kebijakan, dan praktisi bisnis dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing UKM di tengah dinamika ekonomi global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Globalisasi ekonomi telah menjadi salah satu fenomena paling signifikan dalam konteks perekonomian dunia pada abad ke-21. Fenomena ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam lanskap bisnis global, termasuk di Indonesia. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi salah satu sektor yang paling terpengaruh oleh globalisasi ekonomi. Dalam penelitian ini, akan mengevaluasi dampak globalisasi ekonomi pada pertumbuhan UKM di Indonesia. Salah satunya akses pasar, akses pasar yang lebih luas sebagai dampak positif dari globalisasi ekonomi memberikan peluang yang signifikan bagi UKM untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Dengan terbukanya pasar global, UKM tidak lagi terbatas pada pasar lokal atau nasional saja, tetapi dapat menjelajahi pasar internasional yang lebih luas. Hal ini memungkinkan UKM untuk menjangkau konsumen di berbagai negara dan meningkatkan potensi penjualan mereka secara signifikan.

Selain itu, penting juga untuk diakui bahwa usaha menengah, dalam menghadapi persaingan bebas, dinilai memiliki kesiapan yang lebih baik dalam hal sumber daya manusia, skala usaha, inovasi, dan akses pasar. Namun, sayangnya, pembinaan terhadap usaha menengah sering kali terabaikan dalam program pembinaan UKM yang lebih sering difokuskan pada pengusaha kecil. Kebijakan pengembangan usaha menengah masih belum memiliki landasan yang jelas dalam peraturan pemerintah, sehingga masih ada kebingungan terkait arah pengembangan usaha menengah. Strategi untuk meningkatkan kinerja dan peran UKM dalam pasar bebas serta mengatasi kesenjangan yang ada adalah dengan mendorong pertumbuhan usaha menengah yang kuat untuk membangun struktur industri.

Meskipun peran usaha menengah belum sebesar usaha kecil, namun potensi teknologi dan sumber daya manusia yang dimilikinya jauh lebih tinggi. Dalam era perdagangan bebas, di mana siklus produk relatif pendek, setiap pelaku bisnis harus memiliki akses pasar yang cukup dan kemampuan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing. Namun, UKM pada umumnya memiliki kelemahan dalam hal ini. Meskipun demikian, UKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja. Potensi ekspor juga dimiliki oleh UKM, namun belum dimanfaatkan secara optimal, terutama di sektor industri tertentu.

Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, UKM dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih fleksibel dan beragam sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen di berbagai belahan dunia. Mereka dapat mengidentifikasi peluang baru untuk produk dan layanan mereka, serta menyesuaikan penawaran mereka dengan tren dan permintaan global. Selain itu, akses pasar yang lebih luas juga membuka pintu bagi kolaborasi dan kemitraan lintas batas. UKM dapat menjalin hubungan dengan mitra bisnis, distributor, atau produsen di negara-negara lain untuk memperluas jangkauan produk mereka atau memperoleh akses ke teknologi dan sumber daya tambahan. Dengan demikian, akses pasar yang lebih luas tidak hanya meningkatkan potensi pendapatan bagi UKM, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan, inovasi, dan ekspansi global yang berkelanjutan.

Peningkatan teknologi sebagai dampak dari globalisasi ekonomi telah menjadi pendorong utama inovasi dan pengembangan teknologi di berbagai sektor industri. Hal ini memberikan peluang besar bagi UKM untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dalam berbagai aspek bisnis mereka. Dengan menerapkan teknologi modern, seperti otomatisasi, digitalisasi, dan *Internet of Things* (IoT), UKM dapat meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan mereka, mengoptimalkan proses produksi, dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, kemajuan teknologi juga memungkinkan UKM untuk meningkatkan kualitas produk mereka, baik dalam hal desain maupun fungsionalitas, sehingga dapat memenuhi standar yang lebih tinggi dan memenuhi harapan pasar global. Dengan demikian, penggunaan teknologi menjadi kunci bagi UKM untuk mengukuhkan posisi mereka dalam persaingan global dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kerjasama internasional sebagai hasil dari globalisasi memberikan peluang yang signifikan bagi UKM untuk meningkatkan kapasitas dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan berkolaborasi dengan perusahaan dan lembaga di luar negeri, UKM dapat mengakses sumber daya tambahan, teknologi canggih, dan pasar baru. Hal ini membuka peluang bagi UKM untuk meningkatkan inovasi, memperluas jangkauan produk mereka, dan meningkatkan daya saing global. Melalui kerjasama internasional, UKM dapat memperluas jaringan bisnis mereka, mengembangkan kemitraan strategis, dan meningkatkan kapabilitas mereka dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam pasar global yang semakin kompleks.



Gambar 1 Ilustrasi UKM dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia

Tantangan yang dihadapi UKM dalam menghadapi globalisasi ekonomi mencakup persaingan global yang semakin ketat, keterbatasan akses terhadap sumber daya, dan persyaratan untuk mematuhi standar internasional. Pertama, dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat, UKM harus bersaing dengan perusahaan dari berbagai belahan dunia untuk memperebutkan pangsa pasar yang terbatas. Hal ini menuntut kreativitas, inovasi, dan strategi pemasaran yang efektif agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Kedua, keterbatasan akses terhadap sumber daya seperti modal, teknologi, dan keterampilan dapat menjadi hambatan bagi UKM dalam bersaing di pasar global. UKM seringkali kesulitan mengakses sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan

kualitas produk, mengadopsi teknologi baru, dan melatih karyawan mereka, sehingga dapat mempengaruhi daya saing mereka di pasar internasional. Terakhir, untuk dapat beroperasi secara internasional, UKM harus mematuhi standar dan regulasi internasional yang seringkali memerlukan investasi tambahan dan penyesuaian dalam proses produksi, kualitas produk, dan layanan. Hal ini dapat menjadi beban tambahan bagi UKM yang memiliki sumber daya terbatas, namun penting untuk memastikan kepatuhan mereka terhadap persyaratan pasar global yang semakin ketat.

Di Indonesia, UKM, di tengah tuntutan lingkungan kompetitif yang dilindungi di dalam negeri, juga menghadapi persaingan global yang muncul dari upaya untuk mengintegrasikan pasar internasional dengan hambatan minimal. Kerjasama ekonomi regional dan multilateral seperti AFTA, APEC, dan GATT sedang mempercepat keterbukaan ekonomi. Namun, strategi pengembangan UKM masih berjuang dengan masalah penambahan nilai yang terbatas, termasuk kontribusi terhadap ekspor. Dengan pergeseran menuju ekonomi global yang lebih terbuka, UKM dihadapkan pada situasi tekanan ganda, meliputi tekanan internal yang berasal dari kesenjangan produktivitas dan inovasi, bersamaan dengan tekanan eksternal dari persaingan global. Kesenjangan struktur bisnis dan akses pasar antara perusahaan besar dan UKM juga menjadi tantangan signifikan. Tiga faktor utama menyebabkan disparitas dalam skala bisnis di Indonesia. Pertama, UKM memiliki akses terbatas terhadap teknologi dan manajemen modern dibandingkan dengan perusahaan besar. Kedua, akses pasar bagi perusahaan besar lebih terbuka, sementara UKM berjuang untuk mempertahankan pangsa pasar domestik. Terakhir, kebijakan pemerintah yang kurang mendukung UKM sebagai entitas ekonomi memperburuk kondisi ini.

Menghadapi tantangan yang signifikan dari globalisasi ekonomi dan persaingan bebas, struktur bisnis yang tidak seimbang dan disparitas akses tidak lagi sesuai untuk dipertahankan. Indonesia perlu mereformasi struktur bisnisnya untuk masa depan. Dalam konteks reformasi ini, penting untuk memberikan ruang yang cukup untuk mengejar ketertinggalan sambil menggunakan strategi yang sesuai. Terkait dengan tekanan eksternal, liberalisasi perdagangan melalui pengurangan tarif dan penghapusan kuota akan mendorong pasar menuju peningkatan daya saing. Dalam situasi tersebut, UKM akan didorong untuk mencapai efisiensi input. Liberalisasi perdagangan juga seharusnya menciptakan peluang bagi UKM untuk memperluas pasar produk mereka melalui munculnya institusi yang khusus ditujukan untuk membuka dan memperluas akses pasar UKM. Salah satu institusi yang dianggap mampu memenuhi peran ini adalah penguatan *trading house* sebagai saluran utama ekspor produk UKM dan pola subkontrak.

Namun, tidak semua UKM dapat memanfaatkan peluang pasar ini untuk memperluas cakupan pasarnya atau bersaing dalam pasar global yang semakin terbuka. Sebagian besar UKM adalah perusahaan independen yang bergantung pada strategi pemasaran mereka sendiri. Namun, dalam konteks perdagangan bebas, UKM independen mungkin kesulitan memasuki pasar ekspor. Hal ini disebabkan oleh tingkat persaingan yang tinggi dari UKM lain di pasar yang sama, serta kelemahan inheren yang dimiliki oleh UKM itu sendiri. Dalam situasi seperti ini, meskipun pasar yang terbuka menawarkan peluang yang lebih luas, liberalisasi perdagangan tidak secara otomatis memberikan manfaat bagi UKM; bahkan, hal itu bisa menjadi ancaman. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga pendukung sangat penting dalam meningkatkan kinerja UKM.

Upaya penanggulangan terhadap tantangan yang dihadapi UKM dapat melalui beberapa langkah strategis. Pertama, pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur ekonomi, termasuk transportasi, telekomunikasi, dan akses internet, untuk mendukung pertumbuhan UKM serta mempermudah akses mereka ke pasar global. Kedua, penting untuk memprioritaskan program pendidikan dan pelatihan guna meningkatkan keterampilan dan pengetahuan UKM dalam bidang teknologi, manajemen, dan pemasaran internasional. Terakhir, dukungan kebijakan yang inklusif seperti insentif pajak, akses ke modal usaha, dan promosi ekspor, sangat diperlukan untuk membantu UKM dalam bersaing di pasar global.

KESIMPULAN

Globalisasi ekonomi memiliki dampak yang signifikan pada pertumbuhan UKM di Indonesia, dengan menawarkan peluang baru sekaligus tantangan yang harus diatasi. Sementara akses pasar yang lebih luas dan teknologi membuka peluang baru, UKM juga dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dan tantangan dalam memenuhi standar internasional. Dengan dukungan kebijakan yang tepat dan upaya peningkatan kapasitas, UKM di Indonesia dapat memanfaatkan potensi globalisasi ekonomi untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang mereka.

Globalisasi ekonomi melibatkan pelaksanaan kegiatan ekonomi secara global, melibatkan negara-negara di seluruh dunia. Salah satu hasil dari globalisasi ekonomi adalah perdagangan bebas, yang memungkinkan negara-negara untuk bertransaksi tanpa hambatan. Namun, globalisasi ekonomi juga menimbulkan sejumlah tantangan bagi UKM. Seiring dengan terhubungnya ekonomi global secara lebih erat, UKM menghadapi rintangan dalam hal persaingan, akses pasar, dan penyesuaian terhadap standar dan regulasi internasional. Tantangan ini mewajibkan UKM untuk terus meningkatkan diri agar tetap kompetitif di lingkungan yang sangat bersaing.

Tantangan ini mewajibkan UKM untuk terus meningkatkan diri agar tetap kompetitif di lingkungan yang sangat bersaing. Oleh karena itu, beberapa aspek perlu dikembangkan oleh UKM, termasuk inovasi produk, pemanfaatan teknologi dalam produksi dan pemasaran, peningkatan sumber daya manusia, peningkatan akses informasi, kemampuan untuk mengidentifikasi peluang pasar, dan perluasan jaringan bisnis untuk menguasai pangsa pasar yang lebih besar. Adaptasi terhadap perkembangan globalisasi ekonomi menjadi kunci keberhasilan UKM dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

UKM perlu meningkatkan kemampuannya secara merata dan mengembangkan keunggulan unik dalam produk atau jasa yang mereka tawarkan sebagai respons terhadap tantangan globalisasi. Disarankan agar UKM memanfaatkan teknologi dan informasi secara efektif, baik dalam proses produksi maupun pemasaran, untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, UKM dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka dan meningkatkan daya saing di lanskap pasar global yang semakin kompleks.

Strategi yang direkomendasikan bagi UKM untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi modern menyarankan bahwa mereka harus meningkatkan kapasitas secara konsisten dan menetapkan poin penjualan unik untuk produk atau layanan mereka. Selain itu, disarankan agar UKM memanfaatkan kemajuan teknologi dan akses informasi sepanjang proses produksi dan pemasaran mereka untuk memperoleh posisi terdepan di pasar. Langkah-langkah ini memberdayakan UKM tidak hanya untuk mempertahankan daya saing tetapi juga untuk berkembang di lanskap bisnis global yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01-14.
- Faizah, N. H. (2019). UKM Dalam Persaingan Di Era GLobalisasi Ekonomi. *Upajiwa Dewantara*, 3(2), 127-135.
- Resalawati, A. (2011). Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM di Indonesia.
- Afriani, F. (2016). Peluang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Ekonomi Indonesia. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 1(2), 13-32.
- Ratiah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(2), 152-163.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152-161.

- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *jurnal lentera bisnis*, 9(2), 109-120.
- Fatimah, T. (2011). Strategi pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam menghadapi globalisasi. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 9(1), 49-61.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Alief Rakhman S, D. (2015). Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan Asean (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Etikonomi*, 14(2), 205–220.
- Tyoso, Jaluanto Sunu Punjul, and Caecilia Sri Haryanti. (2020). Perlukah Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Oleh UMKM? (Studi Kasus UMKM Semarang). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 123.
- Rizqi, C. K., & Mulyanti, D. (2023). Dampak Globalisasi Terhadap Pasar Tradisional Di Indonesia. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(2), 114-122.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123-131.
- Wulandari, A., Soleha, D. M., & Wulandari, R. (2023). Analisis Dampak Globalisasi terhadap Perdagangan Internasional. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1160-1165.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33-64.
- Nurhayati, D. (2015). Strategi Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Global Dibidang Ekonomi. *Jurnal Heritage*, 3(1), 33-48.
- Sari, N. A. (2019). *Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Wijoyo, H., & Widiyanti, W. (2020, November). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Pandemi COVID-19. In *Seminar Nasional Kahuripan* (pp. 10-13).
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020, November). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).