

Pengembangan UMKM di Era Globalisasi: Laporan Pengabdian Masyarakat di Desa Dayeuhluhur-Ciamis

**Rifqi Arief Aminullah¹, Dede Husni Mubarrok², Agus Abdussalam³,
Ade Firman⁴, Devi Riyanti Dewi⁵, Samira Nurshodiqoh⁶**

¹²³⁶Institut Agama Islam Darussalam (IAID) Ciamis-Jawa Barat
E-mail: dedehusnimubarrok.esy@iaid.ac.id

Abstrak. Globalisasi ekonomi merupakan proses kegiatan ekonomi secara global yang melibatkan negara-negara di dunia. Adanya perdagangan bebas di era globalisasi ekonomi saat ini, UMKM dituntut untuk melakukan strategi-strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh UMKM mengetahui tentang ekonomi digital pada era globalisasi yang begitu ketat di tengah arus globalisasi ekonomi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data primer dan sekunder yakni melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada beberapa UMKM yang belum mengetahui pentingnya ekonomi digital pada UMKM zaman sekarang, namun ada juga UMKM yang mengetahui sistem pengimplementasian ekonomi digital pada usahanya tetapi masih terbatas pada pengetahuan penggunaan internet sehingga masih belum menerapkan sistem ekonomi digital pada usahanya.

Abstract. Economic globalization is a process of global economic activity involving countries in the world. With free trade in the current era of economic globalization, UMKM are required to carry out appropriate strategies to win the competition. This research aims to find out how much UMKM know about the digital economy in the era of globalization which is so tight in the midst of economic globalization. In this research, researchers used descriptive qualitative methods with primary and secondary data sources, namely through observation, interviews and literature study. Based on the research results, it shows that there are still some UMKM who do not know the importance of the digital economy in today's UMKM, but there are also UMKM who know the system for implementing the digital economy in their businesses but are still limited in their knowledge of using the internet so they still have not implemented the digital economic system in their businesses.

Keywords: *UMKM, Ekonomi Digital, Globalisasi Ekonomi*

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional. Kegiatan pengabdian pada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan nyata yang terjadi pada masyarakat

Permasalahan yang ditemukan dilapangan adalah kurangnya pemahaman UMKM terhadap sistem ekonomi digital dan masih kurang paham dengan internet yang kini sudah banyak di terapkan di beberapa usaha. Pada dasarnya sudah banyak orang yang menggunakan internet tetapi masih banyak sebagian orang yang tidak tahu kegunaan internet bisa dipakai untuk membuka usaha. Adapun permasalahan yang menjadi prioritas utama yakni tidak adanya pemahaman tentang ekonomi digital pada UMKM yang akan di implementasikan tersebut. Karena hal tersebut menjadi problem dalam implementasi ekonomi digital pada UMKM.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan alam melimpah yang dapat menjadi modal dalam pengembangan ekonomi negara. Hal ini dapat diwujudkan dengan menghasilkan suatu produk sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. Dunia bisnis saat ini telah menjamur yang mengakibatkan persaingan semakin ketat. Dalam mengembangkan usaha bisnis ada dua hal yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis, yakni kemampuan dalam menghasilkan produk dan kemampuan menghadapi persaingan dengan pelaku bisnis lainnya (Intan Shaferi; Ekaningtyas Widiastuti, 2013).

Hal ini berlaku pada semua pelaku bisnis yang melayani pasar lokal maupun pasar nasional (ekspor-impor). Salah satu yang memberi kontribusi dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara yakni Usaha Mikro Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut: UMKM). UMKM dianggap sangat penting karena memiliki karakteristik-karakteristik yang menjadi pembeda dengan usaha besar, yakni UMKM merupakan usaha padat karya, menggunakan bahan baku lokal, dan sebagai penyedia barangbarang dan jasa yang kebutuhan pokok masyarakat berpendapatan rendah. Jumlah UMKM yang banyak di Indonesia memiliki potensi dalam perekonomian negara yakni dilihat dari: (1) UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi berbagai sektor, (2) menyerap banyak tenaga kerja (3) menjadi sumber inovasi dalam pasar, (3) mampu berkontribusi besar untuk menjaga neraca

pembayaran melalui ekspor sehingga berpengaruh pada pengurangan kemiskinan (Tedjasuksmana, 2016). Namun, potensi yang ada tidak seimbang dengan permasalahan yang sedang dihadapi UMKM. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi UMKM seperti; keterbatasan dalam modal, teknologi, informasi pasar, sumber daya manusia yang rendah, iklim usaha yang tidak kondusif akan menyebabkan rendahnya produktivitas UMKM.

Menurut Kuncoro UMKM memiliki tantangan yang cukup berat dalam memperkuat perekonomian nasional (Alief Rakhman S, 2015). Saat ini ditengah arus persaingan era globalisasi membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global. UMKM dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk, meningkatkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas pemasarannya. Hal ini diperlukan agar mampu meminimalisir bahkan menghilangkan penyebab lemahnya daya saing yang dihadapi UMKM. Sehingga dapat menambah nilai jual UMKM dan mampu bersaing dengan produk asing yang saat ini telah membanjiri pasar nasional maupun internasional. Sedangkan tolak ukur keberhasilan dalam perdagangan internasional dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing inilah yang menjadi kunci bagi pelaku bisnis dan negara agar berhasil dalam melakukan perdagangan di tengah arus globalisasi saat ini.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Dalam era digital yang pesat ini dapat mendorong entrepreneurship untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2017 melansir sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Untuk menumbuhkan jumlah pelaku UMKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku e-commerce menggagas program bertajuk 8 Juta UMKM *Go Online*. Lewat kerja sama ini, pemerintah juga berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital (Kominfo,2017).

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tak bisa dihindarkan lagi, melihat banyaknya pelaku-pelaku bisnis. Bahkan, persaingan tersebut kian hari kian bertambah ketat. Boleh dikata, tak ada produk/jasa yang dipasarkan tanpa melewati arena persaingan dalam era ekonomi digital. Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri multinasional mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para

pemula untuk terlahir secara global. Digitalisasi mendorong persaingan karena memungkinkan model bisnis yang inovatif dan memungkinkan perusahaan untuk meningkat dengan cepat. Puluhan juta perusahaan kecil dan menengah di seluruh dunia telah berubah menjadi eksportir dan bergabung dengan pasar *e-commerce*, dan bisa bersaing dengan perusahaan multinasional terbesar.

Peran UMKM dalam Perekonomian

Dalam analisis makroekonomi, pertumbuhan ekonomi merujuk pada peningkatan pendapatan per kapita yang mencerminkan kondisi perekonomian suatu negara serta tingkat kesejahteraan masyarakatnya. Tujuan utama dari pembangunan ekonomi adalah meningkatkan jumlah barang dan jasa yang tersedia serta menciptakan lebih banyak peluang kerja bagi masyarakat (Rahmana, 2009). Pelaksanaan pembangunan ekonomi harus melibatkan semua lapisan masyarakat dan pemerintah dalam menginisiasi pembangunan daerah dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia, serta merancang dan membangun ekonomi daerah (Pujiono 2012).

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, sangat bergantung pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang signifikan dan strategis dalam perekonomian nasional (Satryana, 2013). Keberadaan UMKM yang dominan di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor, seperti jumlah industri yang besar dan tersebar di berbagai sektor ekonomi, kemampuan besar dalam menyerap tenaga kerja, serta kontribusi yang dominan dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Sofyan 2017). Pertumbuhan penduduk yang pesat, disertai dengan meningkatnya jumlah angkatan kerja, telah menimbulkan masalah kompleks berupa meningkatnya angka pengangguran. Hal ini terjadi karena pembangunan belum merata di berbagai bidang, sehingga ketersediaan lapangan kerja tidak seimbang. Namun, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti mampu mengatasi krisis tersebut (Aminullah, Sariyanti, and Qadar 2020).

Potensi UMKM di Era Globalisasi

Pertumbuhan UMKM di Indonesia terus meningkat dengan jumlah entitas usaha yang bertambah setiap tahunnya (Eka Handriyani, 2011). Dari pedesaan hingga perkotaan, UMKM menjadi salah satu pilar ekonomi lokal yang menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Suci, 2017). Namun, UMKM di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama akses terhadap modal yang terjangkau, birokrasi yang kompleks, dan infrastruktur yang belum merata. Keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan teknologi dan inovasi. (Izzati 2024).

Penggunaan platform *e-commerce* dan strategi pemasaran digital adalah langkah inovatif yang diambil UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, baik domestik maupun internasional. Pemerintah Indonesia telah memberikan dukungan penting melalui berbagai program dan insentif untuk memperkuat UMKM. Selain itu, sektor swasta juga berkontribusi dengan memberikan pendampingan dan pelatihan guna membantu UMKM bersaing di pasar global yang semakin ketat. Dengan potensi yang besar, UMKM di Indonesia memiliki visi optimis untuk terus berkembang dan berinovasi. Memanfaatkan teknologi dan menciptakan ekosistem yang mendukung, sektor ini diharapkan menjadi tulang punggung ekonomi yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Potensi UMKM di era globalisasi sangat besar, terutama karena mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk mencapai pasar yang lebih luas dan lebih beragam (Tjip Ismail, 2010). UMKM juga dapat menjadi motor penggerak inovasi di berbagai sektor ekonomi, serta memainkan peran penting dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan dukungan yang tepat, UMKM di Indonesia dapat terus tumbuh dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat serta perekonomian nasional secara keseluruhan (Tenny 2024).

UMKM Berbasis Digital

Di era digital ini, teknologi informasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, baik dalam aktivitas akademis, bisnis, dan lainnya. Ekonomi kreatif merupakan usaha untuk mencari pembangunan berkelanjutan yang kompetitif dengan memanfaatkan kreativitas dan ide dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang sangat penting dan strategis. Namun, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, termasuk akses modal yang sulit, birokrasi yang rumit, dan infrastruktur yang belum merata. Menurut survei Asian Development Bank (ADB), 88% usaha mikro kehabisan kas atau tabungan, dan lebih dari 60% sudah mengurangi tenaga kerja. UMKM juga terkendala dalam kapasitas produksi dan sering gagal di pasar digital. Selain itu, kualitas daya tahan UMKM belum merata karena harus bersaing dengan perusahaan besar di pasar digital. Oleh karena itu, edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah dunia pemasaran dari yang konvensional menjadi digital. Digital marketing memungkinkan calon pelanggan untuk memperoleh informasi produk dan bertransaksi melalui internet, sehingga model kewirausahaan digital menjadi semakin relevan. UMKM di Desa cenderung masih memasarkan produknya secara konvensional, sehingga perlu memanfaatkan teknologi digital seperti e-

commerce dan media sosial untuk meningkatkan potensi ekonomi. Penggunaan teknologi digital dapat membantu UMKM dalam pemasaran produk, meningkatkan mutu dan daya saing produk, serta memperluas pasar. Dengan demikian, pengembangan UMKM berbasis digital dapat mendorong UMKM di Desa Kutamakmur untuk bertahan dan berkembang di pasar digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Mulyadi 2011) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian ini berlangsung di Desa Dayeuhluhur Kecamatan Jatinagara Kabupaten Ciamis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan para UMKM di Desa Ddayeuhluhur. Sedangkan data sekunder diperoleh peneliti dengan melakukan studi literatur dari berbagai jurnal ilmiah, internet, buku dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dayeuhluhur berasal dari dua kata yaitu ‘Dayeuh’ yang artinya Kota/Tempat dan ‘Luhur’ yang artinya Tinggi. Awal mula sejarah Dayeuhluhur berasal dari Kepala Desa pertama yaitu Rd. Hardjadinigrat. Beliau datang dari Kasepuhan Cirebon untuk mendirikan sebuah kampung yang akhirnya menjadi Desa Dayeuhluhur. Beliau dibantu oleh 12 Rekannya yang bernama Rd. Panji Boma, Rd. Ardibaya, Rd. Ajibarang, Rd. Dalem Wirakanta dan 8 sisa peninggalan sejarahnya berada di Desa Purwasari yang merupakan pemekaran dari Desa Dayeuhluhur.

Desa Dayeuhluhur awalnya memiliki 9 dusun, yaitu Dusun Desa, Kutasari, Randegan, Winangun, Sukawangun, Panimbang, Madura, Ciheulang, dan Mancagar. Ada beberapa situs sejarah berupa makam - makam para pendiri Dayeuhluhur yang Beberapa diantaranya berada di Desa Dayeuhluhur seperti Makam Panji Boma yang merupakan jawara dari Dayeuhluhur juga dipercaya oleh beberapa masyarakat bahwa dengan datang ke makamnya bisa mendapatkan keturunan, Makam Ardibaya yang dipercaya bisa menjaga hubungan kekeluargaan, makam Aji Barang merupakan orang terkaya di Desa Dayeuhluhur yang dipercaya bisa memberikan kekayaan, dan Makam Raden Dalem Wirakanta yang terkenal sebagai orang yang mempunyai jabatan tinggi di ciamis serta dipercaya dapat memudahkan

seseorang mendapatkan suara untuk pemilihan umum (Zafar Arief, Tokoh Masyarakat).

Pada awalnya pusat pemerintahan berada di Karang Lega, yang berlokasi di dusun Kutasari dan sekarang berpindah ke Dusun Desa yang sampai sekarang menjadi pusat pemerintahan Desa. Pada tanggal 28 Desember 1982 Desa Dayeuhluhur dimekarkan menjadi Desa Dayeuhluhur Kecamatan Jatinagara dan juga Desa Purwasari Kecamatan Kawali Oleh Kepala Desa yang saat itu dipimpin oleh bapak Purwanegara sebagai kepala desa ke 16. Berawal dari keinginan masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan pemerintah yang lebih dekat, efektif dan efisien maka pada awal Tahun 1982 dibentuk panitia pemekaran Desa dan pada waktu itu juga langsung mengajukan permohonan pemekaran Desa kepada Pemerintah kabupaten Ciamis. Dengan melalui berbagai hal atau proses pemekaran yang sesuai dengan aturan hukum yang berlaku dari penentuan nama Desa, pembagian wilayah, pembagian kekayaan Desa dan lain-lain. Akhirnya Pada tanggal 28 Desember 1982 Desa Dayeuhluhur dimekarkan dengan Desa Purwasari dan terjadi pemekaran wilayah Kecamatan Kawali dengan Kecamatan Jatinagara (Zafar Arief, Tokoh Masyarakat), (Mumu Rohman, Kepala Desa).

Dari beberapa pendekatan yang telah kami lakukan maka dapat menemukan masalah yang belum terealisasikan di desa tersebut, diantaranya yaitu sebagai berikut.

- a. Rendahnya pemahaman ekonomi digitalisasi pada setiap UMKM di Desa Dayeuhluhur.
- b. Belum mempunyai No Induk Berusaha di beberapa UMK Desa Dayeuhluhur.
- c. Tidak adanya lokasi UMKM pada google maps di Desa Dayeuhluhur.

Ekonomi Digital lebih menitikberatkan pada proses jual beli atau transaksi dan pasar yang terjadi di dunia maya/ internet. Ekonomi digital adalah suatu system ekonomi yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai *“the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange”* (Hartman, 2000). Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk terlahir secara global.

Konsep digital ekonomi pertamakali diperkenalkan oleh Tapscott dalam Aan (2016) yaitu sebuah karakteristik sebagai ruang intelejen, meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan

pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, bahwa UMKM di Desa Dayeuhluhur masih belum tau tentang apa itu ekonomi digital. Masih banyak juga UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha karena keterbatasan pengetahuan UMKM pada pentingnya memiliki NIB tersebut. Mengutip Report G20 China dalam Helmalia (2018), pengertian ekonomi digital mengacu pada berbagai aktivitas ekonomi, yang meliputi penggunaan informasi dan pengetahuan digital sebagai faktor kunci produksi, jaringan informasi modern (modern information network) sebagai ruang aktivitas yang penting dan efektivitas penggunaan Information and Communication Technology (ICT) sebagai penggerak penting terhadap pertumbuhan produktivitas dan optimalisasi structural ekonomi.

Dalam konteks ini, pengertian ekonomi digital sudah semakin luas ditandai dengan adanya jaringan modern serta penggunaan ICT. Berdasarkan berbagai defenisi dan penjelesan di atas, dengan demikian yang dimaksud dengan ekonomi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi seperti smarthphone (HP), tablet, laptop dan PC desktop untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Abduh (2017:11), Dunia Usaha di Indonesia dibagi menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Usaha mikro secara definitif adalah usaha milik perseorangan sementara usaha besar adalah usaha yang lebih besar daripada usaha menengah. Dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tersebut juga disebutkan bahwa keberadaan UMKM dan pengelolaannya oleh pemerintah dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, meliputi:

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- c. Meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentssan kemiskinan.

Problematika UMKM dalam menerapkan ekonomi digital pada usahanya tersebut yaitu dalam kurangnya pemahaman, dan pelaksanaan.

berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa para UMKM dihadapkan kesulitan pada saat menerapkan ekonomi digital pada usahanya seperti pembuatan google bisnis. Maka daripada itu, salah satu perencanaan yang dilaksanakan oleh peneliti yakni dengan mengadakan sosialisasi pada setiap UMKM dan mengimplementasikan langsung digital ekonomi pada UMKM.

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dalam perekonomian negara. Hal ini disebabkan karena jumlah UMKM lebih banyak dari pada usaha yang berskala besar dan mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak serta mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Oleh sebab itu, sudah seyakinya UMKM mempunyai payung hukum untuk mengatur dan melindungi kegiatan UMKM (Suci, 2017).

KESIMPULAN

Dari pemaparan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa globalisasi ekonomi merupakan proses kegiatan ekonomi secara global yang melibatkan negara-negara di seluruh dunia. Salah satu dampak yang terjadi yakni adanya perdagangan bebas. Dengan adanya perdagangan bebas ini, memungkinkan suatu negara dapat melakukan transaksi perdagangan tanpa ada lagi hambatan. Adanya globalisasi ekonomi ini menimbulkan banyak tantangan yang harus dihadapi UMKM.

Globalisasi ekonomi yang terjadi saat ini menuntut UMKM terus memperbaiki diri agar mampu memenangkan persaingan yang begitu ketat. Oleh sebab itu, ada beberapa aspek yang harus dikembangkan oleh UMKM yakni terus melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam melakukan produksi dan pemasaran, meningkatkan sumber daya manusia, memperluas informasi, mampu membaca peluang pasar dan memperluas jaringan bisnis agar mampu menguasai pangsa pasar yang tinggi.

Adapun implikasi strategi-strategi yang perlu dilakukan oleh UMKM dalam menghadapi tantangan-tantangan di tengah globalisasi saat ini yakni UMKM perlu meningkatkan kemampuannya secara merata dan memiliki keunggulan tersendiri terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, UMKM disarankan mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi selama proses produksi sampai proses pemasarannya agar dapat menguasai pasar.

DAFTAR PUSTAKA

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. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/etk.v14i2.2271>
- Eka Handriani. (2011). Pengaruh Faktor Internal Ekternal, Enterpreneurial Skill, Strategi dan Kinerja Terhadap Daya Saing UKM Di Kabupaten Semarang. *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7(5), 47–69.
- Intan Shaferi; Ekaningtyas Widiastuti. (2013). Reorientasi Jaringan Pemasaran UMKM di Era Globalisasi dan Otonomi Daerah, 1--11.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurna Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 127–138. <https://doi.org/DOI> 10.1016/j.chemphys.2012.06.006
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SMATI 2009)*, 2009(Snati), B11–B15. <https://doi.org/10.1002/pro.5560030912>
- Satryana, M. H., & Karmini, N. L. (2013). Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia Ke Pasar ASEAN Periode 2004-2013. *E-Jurnal EP Unud*, 5(5), 598–613. Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Ekonomi Modernisasi, Vlolume 3*, 218–227. Retrieved from <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58. <https://doi.org/10.30606/CE.V6I1.1239>
- Tedjasuksmana, B. (2016). Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015, 189–202. Retrieved from <http://repository.wima.ac.id/982/1/ET> R005 - Budianto Tedjasuksmana.pdf
- Tjip Ismail. (2010). Peradilan Pajak dan Kepastian Hukum di tengah Globalisasi Ekonomi. *Hukum*, 17(2), 271–294.
- Aminullah, Rifqi Arief, Sariyanti Sariyanti, and Husna Lailatul Qadar. 2020. “THE ROLE OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN ABSORBING MANPOWER IN CIAMIS DISTRICT.” *Syari'ah Economics* 4(2): 73. doi:10.36667/se.v4i2.203.
- Izzati, Wajhiatul Burhanuddin. 2024. “Resiliensi UMKM Di Era Digital.” *Republika.id*. <https://republika.id/posts/52814/resiliensi-umkm-di-era-digital> .
- Pujiono. 2012. “Akselerasi Peningkatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Pendidikan.” *Proceeding Seminar Nasional, Peningkatan Kapabilitas UMKM dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas*: 319–26. https://psp-kumkm.lppm.uns.ac.id/wp-content/uploads/2016/11/pujiono_1.pdf.

- Sofyan, Syaakir. 2017. "Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia." *Jurnal Bilancia* 11(1): 33–59. <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/298/216>.
- Tenny, Tjia Markus. 2024. "Tantangan Dan Harapan UMKM Di Era Globalisasi." *rri.co.id*. <https://www.rri.co.id/umkm/765219/tantangan-dan-harapan-umkm-di-era-globalisasi>.