

Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN

**Sonja Andarini¹, Maharani Ikaningtyas², Ratna Kusumawati Putri³,
Anggita Dini Fitria⁴, Ragita Widya Kartika⁵**

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

sonja_andarini.adbis@upnjatim.ac.id¹, maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id²,
20042010034@student.upnjatim.ac.id³, 20042010112@student.upnjatim.ac.id⁴,
20042010121@student.upnjatim.ac.id⁵

ABSTRACT

In order to achieve stable and sustainable economic growth, it is necessary to support solid macroeconomic and financial system stability. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia are getting serious attention to the government and the community's disability. Indonesia is progressing from year to year which cannot be underestimated. However, Indonesia must be more persistent in improving quality in all sectors of the economy, increasing competitiveness by utilizing advances in information and communication technology that are increasingly advanced as they are today. Why do Indonesian MSMEs have the right to improve the welfare of the Indonesian people and national economic growth, especially in the face of the ASEAN free market? And how are possible strategy efforts to be implemented for the government and Indonesian MSME business people? This study aims to provide an explanation of the form of efforts to Increase the Competitiveness of MSMEs in Facing the ASEAN Economic Community. This study uses a descriptive analytical research method to provide a complete picture of the current power of MSMEs. The approach used in this study is a qualitative approach through critical appraisal. The ability of MSMEs to face the flow of global competition does need to be further thought about in order to survive for the stability of the Indonesian economy.

Keywords : *msmes, business strategy, asean economy.*

ABSTRAK

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, perlu didukung kokohnya stabilitas makroekonomi dan sistem keuangan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mendapatkan perhatian yang serius pada pemerintahan maupun kalangan masyarakat. Indonesia mengalami kemajuan dari tahun ke tahun yang tidak bisa diremehkan. Namun Indonesia harus lebih gigit meningkatkan kualitas dalam seluruh sektor ekonomi, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju seperti saat ini. Mengapa UMKM Indonesia berhak meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dan pertumbuhan ekonomi nasional terutama dalam menghadapi pasar bebas ASEAN? Serta bagaimana upaya strategi yang memungkinkan untuk diterapkan bagi pemerintah maupun pelaku bisnis UMKM Indonesia?. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bentuk upaya Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai daya saing UMKM. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif melalui *critical appraisal*. Kemampuan UMKM dalam menghadapi terpaan arus persaingan global memang perlu dipikirkan lebih lanjut agar tetap mampu bertahan demi kestabilan perekonomian Indonesia.

Kata kunci : *umkm, strategi bisnis, ekonomi asean.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, perlu didukung kokohnya stabilitas makroekonomi dan sistem keuangan. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM berdasar kriteria tertentu, antarlain yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mendapatkan perhatian yang serius pada pemerintahan maupun kelangan masyarakat. Indonesia mengalami kemajuan dari tahun ke tahun yang tidak bisa diremehkan. Namun Indonesia harus lebih gigih meningkatkan kualitas dalam seluruh sektor ekonomi, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju seperti saat ini. Permasalahan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia pada umumnya relatif sama. Namun penentuan strategi untuk peningkatan daya saing, tetap harus meneliti UMKM secara detail dan berkesinambungan agar tercipta suatu solusi dalam memenangkan persaingan yang ada. Strategi yang dilakukan oleh UMKM guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi pasar bebas ASEAN antara lain dengan melakukan kemitraan dalam hal permodalan, teknologi digital, dan pelatihan serta pembinaan baik tenaga kerja maupun pelaku bisnis.

Konsep Strategi

Istilah strategi, menurut Mintzberg dan Quinn (1991), merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama organisasi, kebijakan, ataupun Tindakan – Tindakan ke dalam suatu keterkaitan secara terpadu. Strategi yang baik diharapkan mampu membantu mengintegrasikan berbagai kepentingan.

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep – konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep – konsep tersebut adalah:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “*Distinctive Competence*” yang menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi.
- b. Menurut Porter (Rangkuti, 2009:6) ada beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yang meliputi *cost leadership*, diferensiasi, *focus*.

Daya Saing

Daya saing merupakan usaha-usaha yang dilakukan perusahaan, sektor atau komoditas yang kegiatannya menyediakan produk, jasa, dan harga yang siap untuk bersaing dengan sukses untuk mencapai perkembangan yang berkelanjutan. Menurut Krugman dan Obstfeld (Zulgani et al., 2014) daya saing merupakan suatu komoditas sering diukur dengan menggunakan pendekatan keunggulan komparatif dan kompetitif. Menurut European Commission pada tahun 1999, daya saing diartikan

sebagai kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur daya saing, antara lain :

- a. Menurut Han et.al (Munizu, Surachman, Salim, & Solimum, 2012) indikator dalam daya saing yang ada di perusahaan dapat dilihat dari Kualitas, biaya, pengiriman dan fleksibilitas.
- b. Menurut ramlawati dan lakhal (Munizu et al., 2012) indikator pada daya saing ialah *price/cost*, *delivery dependability*, *product innovation*, dan *time to market*.
- c. Menurut Hit et.al (Handriani, 2011) indikator pada daya saing tersebut berupa tingkat sampai sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar, baik domestik maupun internasional, dalam memproduksi barang dan jasa, dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan karyawannya.

UMKM

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM berdasar kriteria tertentu, antara lain sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil dalam undang – undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

1. *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM

Permasalahan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia pada umumnya relatif sama. Namun penentuan strategi untuk peningkatan daya saing tetap harus meneliti UMKM secara detail dan berkesinambungan agar tercipta suatu solusi dalam memenangkan persaingan yang ada. Oleh karena itu ada beberapa langkah yang bisa ditawarkan, agar UMKM bisa menjaga dan memenangkan persaingan, yaitu Konsisten menjaga kualitas produk, Tambahkan daya saing UMKM melalui packaging produk yang menarik, Berani bersaing dari segi harga, dan Menjaga loyalitas konsumen.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

MEA merupakan sebuah kesepakatan ekonomi yang dibuat atas integrasi perbara dalam menghadapi perdagangan bebas. Perjanjian ini pertama kali ditetapkan pada Desember 2015 oleh 10 negara perbara, yaitu Indonesia, Filipina, Brunei Darussalam, Thailand, Myanmar, Kamboja, Malaysia, Laos, Vietnam, dan Singapura. Dengan adanya MEA ini dapat berpengaruh positif maupun negatif bagi perusahaan-perusahaan local, terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Rumusan Permasalahan

Meskipun potensi untuk tumbuh secara global tetap kuat, pengembangan UMKM Indonesia menuju era pasar global masih relatif tertinggal. Para pelaku yang bersangkutan seperti pemerintah hingga pelaku bisnis UMKM Indonesia tidak banyak mengetahui tentang upaya untuk mempersiapkan UMKM menghadapi pasar global, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia, maka penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan bentuk upaya Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Permasalahan pertama, mengapa UMKM Indonesia berhak meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dan pertumbuhan ekonomi nasional terutama dalam menghadapi pasar bebas ASEAN? Hal yang menarik untuk dibahas, karena banyak pelaku bisnis yang terjun dalam UMKM namun tidak banyak yang mengetahui upaya mengembangkannya. Oleh karena itu, permasalahan kedua yang akan dibahas adalah bagaimana upaya strategi yang memungkinkan untuk diterapkan bagi pemerintah maupun pelaku bisnis UMKM Indonesia?.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bentuk upaya Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Strategi yang dilakukan oleh

UMKM guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi pasar bebas Asean antara lain dengan melakukan kemitraan dalam hal permodalan, teknologi digital dan pelatihan serta pembinaan baik tenaga kerja maupun pelaku bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah dan pelaku bisnis UMKM melalui strategi yang dapat diterapkan oleh para pihak yang bersangkutan untuk dapat menghadapi terpaan arus persaingan global memang perlu dipikirkan lebih lanjut agar tetap mampu bertahan demi kestabilan perekonomian Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai daya saing UMKM. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif melalui *critical appraisal*, yaitu dengan mengkritisi berbagai tulisan dan dokumen yang relevan dengan persoalan terkait permasalahan daya saing UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan UMKM dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Perkembangan UMKM di Indonesia mendapatkan perhatian yang serius pada pemerintahan maupun kalangan masyarakat, karena dengan UMKM membuka kesempatan kerja, pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, pencipta pasar baru, sebagai sumber inovasi dan mewujudkan stabilitas nasional.

UMKM juga memiliki peran penting dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dan ekspor non migas, khususnya ekspor barang-barang manufaktur. Produk non migas itu sendiri merupakan produk hasil alam maupun industri tetapi bukan termasuk kategori minyak bumi dan gas alam, misalnya emas, kayu, plastik, kaca, ikan, ayam, tembakau, dan sebagainya. Produk ini memegang peranan penting dalam menambah pendapatan devisa negara.

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam keikutsertaannya di era MEA karena Indonesia memiliki jumlah penduduk setidaknya 40% dari total populasi ASEAN. Hanya saja kemampuan daya saing produk Indonesia masih dalam posisi menengah apabila dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Angka ideal 8-9% untuk biaya logistik, Indonesia masih mencapai porsi yang cukup besar yaitu 16%.

ASEAN Economic Community (AEC) atau dikenal dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dibentuk pada tahun 2015, yang memiliki tujuan untuk membuat wilayah ASEAN yang kompetitif dan landasan bagi produksi tunggal dengan pembangunan ekonomi yang kuat dan integrasi ke dalam ekonomi dunia. Rancangan MEA memprediksi bahwa pasar yang lebih besar, peningkatan efisiensi dan daya saing, serta dimulainya kembali tenaga kerja di wilayah ASEAN, dan juga juga

mengikutsertakan penekanan pada pengembangan UKM serta kegiatan pembangunan kapasitas yang diperlukan untuk mengatasi masalah kesenjangan pembangunan tersebut.

Indonesia mengalami kemajuan dari tahun ke tahun yang tidak bisa diremehkan. Namun Indonesia harus lebih gigit meningkatkan kualitas dalam seluruh sektor ekonomi, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju seperti saat ini. Pelaksanaan MEA harus dilakukan oleh organisasi dan kebijakan yang memantau pertumbuhan bisnis, hak kekayaan intelektual, perlindungan konsumen, dan pembangunan infrastruktur yang akan mempengaruhi alur perdagangan kawasan ASEAN.

UMKM juga memiliki beberapa kendala antara lain dalam pemasaran, sumber daya manusia, pemodal, iklim usaha, produksi dan pengolahan, desain dan teknologi. Dalam upaya untuk mengatasi kendala ini perlu melakukan pemberdayaan UMKM yang akan melibatkan *stakeholder* untuk menentukan keberhasilan sebuah UMKM. *Stakeholder* UMKM antara lain terdiri dari instansi pemerintah, lembaga pendidikan, LSM, koperasi, perbankan dan dana sosisasi usaha. Menurut Karsidi dan Irianto (2005) keterlibatan yang ada masih bersikap sendiri-sendiri dan kurang integratif antara *Stakeholder* satu dengan yang lain.

B. Strategi UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN

Daya saing menurut Michael Porter adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Pengertian dari Porter mengenai daya saing lebih merujuk pada daya saing perusahaan dalam industri. Ada empat aspek yang perlu diperhatikan dalam mengelola UMKM, antara lain aspek pengelolaan keuangan, aspek pengelolaan sumber daya manusia, aspek pengelolaan operasional dan aspek pengelolaan pemasaran. Adapun cara untuk produk UMKM memiliki daya saing tinggi, antara lain: (1) Mendukung dan membantu penjualan secara online, dengan membuat regulasi agar perusahaan aplikasi dari luar negeri turut mempromosikan dan menjual produk koperasi dan UMKM, (2) Peningkatan kualitas produksi serta inovasi untuk meningkatkan daya saing produk dan jasa yang dihasilkan. Selain itu, Kemenkop UKM juga akan mendorong sertifikasi produk-produk UMKM. Pihaknya akan membantu menyediakan teknologi dan sarana pendukung, untuk memperbaiki kualitas dan kapasitas produksi yang bisa digunakan secara kolektif, (3) Agregasi pembiayaan diharapkan akan menjadi solusi peningkatan pertumbuhan koperasi dan UMKM. Kelancaran dan efisiensi transaksi bagi UMKM seperti digital payment, dan juga kelancaran logistik dinilai bisa memperkuat daya saing, (4) Pengembangan kapasitas manajemen dan usaha koperasi dan UMKM akan diwujudkan melalui pemberian konsultasi, pelatihan, dan pendampingan oleh para ahli. Selain untuk memperbaiki kualitas layanan, program ini diharapkan dapat menambah pengetahuan untuk memasarkan produk ke luar negeri, (5) Memberikan kemudahan dan kesempatan mengembangkan usaha bagi koperasi dan UMKM. Kemenkop UKM juga menargetkan pertumbuhan usaha dan startup baru di kalangan milenial dengan melibatkan universitas serta pusat-pusat UKM.

Dalam konteks untuk meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia ada hal penting yang harus dilakukan oleh pemerintah. Tugas pemerintah termaksud adalah (Tambunan, 2008b): (1)

Menghilangkan segala hambatan yang bersifat *artificial* terhadap pertumbuhan UMKM, untuk itu kebijakan pemerintah harus bersifat netral terhadap semua jenis atau skala usaha. (2) Tidak ada salahnya pemerintah menerapkan kebijakan proteksi terhadap usaha-usaha skala kecil yang baru tumbuh, namun jangka waktunya harus jelas dan tidak lama serta kebijakan ini harus bersifat pembelajaran. Berkaitan dengan proses pembelajaran, pemerintah dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM melalui lewat proses *capacity building*. Di dalam UMKM pengusaha atau pemilik merupakan penggerak utama perusahaan. Dalam hal ini kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan jiwa inovatif dari pengusaha yang didukung oleh keahlian atau ketrampilan para pekerja adalah sumber utama peningkatan daya saing UMKM. Agar pengusaha dan pekerja UMKM dapat berperan dengan optimal, paling tidak ada 5 prasyarat utama yaitu mereka sepenuhnya memiliki (Tambunan, 2008a; Tambunan, 2008b): (1) Pendidikan, (2) Modal, (3) Teknologi, (4) Informasi, dan (5) Input krusial lainnya.

Peraturan Perundang-undangan yang memiliki pengaruh terhadap upaya pemberdayaan UMKM hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha UKM melalui kebijakan yang sifatnya alokatif, seperti program pengembangan pelaku usaha. Sebaliknya, langkah-langkah regulasi yang ditujukan untuk mendorong pertumbuhan UKM, seperti program koperasi kelembagaan dan program Iklim Usaha, masih diperdebatkan. Langkah ini bertujuan untuk mereformasi struktur pasar UKM dan mengekang kekuatan pelaku pasar. Kebijakan pemerintah cenderung hanya memiliki dampak peningkatan kinerja dan kapasitas UMKM dalam perbaikan birokrasi pemerintahan, namun tidak dapat bersifat regulatif untuk mendorong peningkatan pangsa pasar UMKM dan merubah perilaku pelaku pasar mempersiapkan diri menuju proses internasionalisasi.

Seharusnya Pemerintah dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan sertifikasi sesuai standar agar produk jadi lebih dapat diandalkan. Selain itu, dengan memproduksi barang dengan standar kualitas tinggi dan harga yang bersaing, produk akhir kemungkinan akan mengungguli barang serupa dari negara ASEAN lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peran UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja cukup besar. Sehingga pengembangan UMKM merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dan pertumbuhan ekonomi nasional terutama dalam menghadapi pasar bebas ASEAN. Kemampuan UMKM dalam menghadapi terpaan arus persaingan global memang perlu dipikirkan lebih lanjut agar tetap mampu bertahan demi kestabilan perekonomian Indonesia. Strategi yang dilakukan oleh UMKM guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi pasar bebas Asean antara lain dengan melakukan kemitraan dalam hal permodalan, teknologi digital dan pelatihan serta pembinaan baik tenaga kerja maupun pelaku bisnis.

Bagaimana dengan peran pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM. Peran pemerintah diharapkan sebagai komplementer untuk mendorong berbagai upaya yang telah

dilakukan UMKM untuk meningkatkan daya saingnya. Dengan iklim usaha yang kondusif yang diciptakan oleh pemerintah, maka akan memudahkan UMKM untuk meningkatkan daya saing, baik daya saing perusahaan maupun daya saing dari produk yang dihasilkan. *Stakeholders* yang lain harus meningkatkan jalinan kerjasama yang telah dibuat dengan UMKM, dikarenakan dukungan dari *stakeholders* baik dalam bentuk pendidikan/pelatihan/penyuluhan, promosi, dan fasilitas lainnya terbukti mampu mendorong upaya meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan.

Pelaku Bisnis UMKM dan lembaga terkait harus dapat menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan pada masyarakat untuk lebih memilih produk Indonesia dengan meningkatkan kualitas, inovasi produk serta SDM baik tenaga kerja maupun pelaku bisnis. Kemudian, selain itu adanya peningkatan teknologi digital baik dari sisi pemasaran maupun informasi dengan melibatkan kerjasama pemerintah dan lembaga lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahar, H. (2019). Analisis Kemampuan Intelektual Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Daya Saing Bagi UMKM di Kota Batam Dalam Menghadapi MEA. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 3(2), 205-213.
- Darnilawati, D. (2018). Kesiapan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dalam Menghadapi Pasar Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *Jurnal Ekonomi*, 26(1), 107-123.
- Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia. (2016). Pemetaan dan strategi peningkatan daya saing umkm dalam menghadapi masyarakat ekonomi asean (MEA 2015). *Jurnal RISALAH*, 27(1), 68. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/2510%0A>
- Malik, I. (2020). STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENGHADAPI PERDAGANGAN BEBAS MASYARAKAT EKONOMI ASEAN. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39-61.
- Mulyono, A., Jawad, A. A., & Purwanto, Y. (2021). PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PEMBINAAN STRATEGIS PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 10-20.
- Nuraini, Fitri. Maharani, R.A. (2016). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM DAN KOPERASI Dalam Menghadapi AEC (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY) : Suatu Telaah Kepustakaan. *Umsida*, 481.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 No 2 (2024) 698-707 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i2.3318

<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>

Sri Susilo, Y. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Implementasi Cafta Dan Mea. Buletin Ekonomi Agustus, 8(2), 70–170.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 No 2 (2024) 698-707 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i2.3318

Tambunan, T.T.H., 2008b, "Masalah Pengembangan UMKM di Indonesia: Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif", Makalah, Forum Keadilan Ekonomi, Institute for Global Justice.

Tambunan, T.T.H., 2008a, "Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM", Background Study, RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappenas.