



Perdagangan Bebas di Era Digital : Dilema Ekonomi Indonesia

Ivana Nabila Putri¹, Pascal Kharua Albari², Jessenia Kayla Putri³, Mohamad Zein Saleh⁴

¹⁻⁴Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia

Alamat : Jl. Cendrawasih Raya Blok B7/P Bintaro Jaya, Sawah Baru, Ciputat, Tangerang Selatan

Korespondensi penulis : ivana.nabilaputri@student.upj.ac.id

Abstract *Free trade in the digital era opens up export opportunities while increasing competition for imported products in the domestic market, which has the potential to weaken local industries. This research highlights the importance of strategic policies, such as MSME incentives and strengthening digital capacity, to increase the competitiveness of local products. The SWOT approach points to digital transformation opportunities and the need for cross-sector collaboration to drive innovation and sustainable economic growth.*

Keywords: *Trade, digital, competitiveness, product, local*

Abstrak Perdagangan bebas di era digital membuka peluang ekspor sekaligus meningkatkan persaingan produk impor di pasar domestik, yang berpotensi melemahkan industri lokal. Penelitian ini menyoroti pentingnya kebijakan strategis, seperti insentif UMKM dan penguatan kapasitas digital, untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Pendekatan SWOT menunjukkan peluang transformasi digital dan kebutuhan kolaborasi lintas sektor untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Kata kunci: Perdagangan, digital, daya saing, produk, lokal

1. LATAR BELAKANG

Perdagangan bebas di era digital telah menjadi salah satu topik paling penting ketika membahas perekonomian di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Indonesia menghadapi berbagai dilema dalam konteks ini. Saat ini, digitalisasi menciptakan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mengakses pasar global tanpa batasan geografis. Perkembangan yang cepat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang penggunaan internet dan platform digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk, memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Perkembangan ini mendorong peningkatan volume transaksi produk dan layanan, baik yang bersumber dari domestik maupun internasional, menyebabkan kompetisi di pasar global menjadi semakin intens.

Indonesia, negara berpenduduk terbesar di dunia dan sedang mengembangkan perekonomiannya, menghadapi berbagai dilema dalam menerapkan perdagangan bebas di era digital. Di satu sisi, terbuka kesempatan bagi produk lokal untuk bersaing di pasar global. Di sisi lain, produk asing yang masuk ke pasar lokal melalui platform e-commerce menciptakan persaingan yang semakin ketat, yang sering kali menjadi tantangan tersendiri. Menurut (Gurumurthy, 2019), ekonomi digital telah mengubah struktur pasar global dengan memperluas akses pasar dan menciptakan peluang baru melalui teknologi digital, seperti

platform e-commerce dan pembayaran digital. Namun, untuk mencapai pembangunan yang inklusif, perlu ada upaya mempersempit kesenjangan digital melalui kebijakan strategis dan penguatan infrastruktur digital.

Konsumen Indonesia semakin terbiasa dengan barang impor karena kemudahan yang diberikan oleh platform digital global. Persaingan yang tidak seimbang sering kali memperburuk posisi produk lokal yang menghadapi tantangan dalam hal kualitas, skala produksi, dan reputasi merek. Ketergantungan yang tinggi terhadap barang impor, tanpa pendekatan yang tepat, berisiko melemahkan industri lokal dalam jangka panjang. Menurut (Anderson & Van Wincoop, 2004), biaya perdagangan yang besar, termasuk biaya distribusi dan hambatan kebijakan, memperburuk daya saing produk lokal jika tidak diimbangi dengan kebijakan yang strategis. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengadopsi kebijakan perdagangan yang seimbang guna mendukung daya tahan ekonomi nasional. Penguatan kapasitas lokal, perlindungan terhadap sektor tertentu, dan pemasaran produk dalam negeri di pasar global menjadi bagian dari proses ini.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat beberapa masalah utama yang perlu dibahas. Pertama, bagaimana perdagangan bebas di era digital mempengaruhi daya saing produk lokal Indonesia di tengah dominasi produk asing. Kedua, dampak ekonomi dari ketergantungan terhadap barang impor terhadap industri lokal. Ketiga, peran kebijakan pemerintah dalam menciptakan keseimbangan antara perlindungan industri dalam negeri dan pertumbuhan ekonomi nasional. Penulis ingin mengeksplorasi peluang dan tantangan perdagangan bebas di era digital dengan memberikan fokus pada ketiga aspek tersebut.

2. LANDASAN TEORI

Perdagangan Bebas

Perdagangan bebas merupakan salah satu bentuk dari perdagangan internasional. Perdagangan internasional sendiri dapat didefinisikan sebagai aktivitas transaksi barang dan jasa yang melibatkan pelaku ekonomi lintas negara (Firmansyah & Hendra, 2015). Menurut Dariah (2005), perdagangan bebas memiliki pengertian sederhana, yaitu pengurangan atau penghapusan hambatan perdagangan, baik yang berbentuk tarif maupun non-tarif. Tarif impor, yang merupakan pajak pada barang yang diimpor, akan menyebabkan kenaikan harga barang di pasar domestik. Hal ini memungkinkan produsen lokal mendapatkan keuntungan lebih besar, tetapi konsumen harus membayar dengan harga yang lebih tinggi. Sebaliknya, penurunan atau penghapusan tarif cenderung menurunkan harga barang impor di pasar domestik. Selain itu, perdagangan internasional memungkinkan negara-negara untuk membagi kerja dan

mengkhususkan diri dalam memproduksi barang dan jasa tertentu dengan biaya yang lebih rendah.

Dengan demikian, perdagangan bebas dapat diartikan sebagai upaya untuk mengurangi atau menghilangkan hambatan perdagangan antarnegara, baik dalam bentuk tarif maupun non-tarif. Tarif impor biasanya meningkatkan harga barang di pasar domestik, menguntungkan produsen lokal, tetapi merugikan konsumen karena harga menjadi lebih mahal. Sebaliknya, jika tarif diturunkan atau dihapus, harga menjadi lebih rendah. Perdagangan bebas juga memungkinkan negara-negara untuk membagi kerja dan berspesialisasi dalam produksi barang atau jasa yang bisa mereka hasilkan dengan biaya lebih murah.

Era Digital

Era digital adalah sebuah masa di mana perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan menuju digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan. Kehadirannya membuat masyarakat hidup lebih praktis dan modern, termasuk dalam bidang ekonomi. Era ini dapat dipahami sebagai evolusi teknologi media baru, atau teknologi berbasis internet (Widya Astuti et al., 2023). Setiap sektor bisnis perlu memanfaatkan kemajuan teknologi ini, bukan hanya untuk tetap bersaing, tetapi juga untuk bertahan di tengah dinamika pasar. Dalam era digital yang terus melaju pesat, teknologi berperan krusial dalam mengubah wajah ekonomi dan bisnis. Inovasi seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), Internet of Things (IoT), dan blockchain menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta daya saing. Selain itu, teknologi digital memungkinkan bisnis dan sektor ekonomi terhubung lebih erat dengan pelanggan dan mitra kerja melalui berbagai platform digital (Mahendra Ardiansyah, 2023).

Era digital membawa kemajuan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Teknologi berbasis internet seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan blockchain berperan penting dalam transformasi bisnis dan ekonomi. Inovasi teknologi ini menawarkan peluang untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing, serta memungkinkan bisnis berinteraksi lebih mudah dengan pelanggan dan mitra melalui platform digital.

Ekonomi Indonesia

Ekonomi Indonesia mengalami tantangan signifikan dalam menavigasi dampak dari perdagangan bebas yang semakin terintegrasi dengan ekonomi digital. Perdagangan bebas membuka peluang bagi peningkatan akses pasar internasional, mendorong inovasi, dan menciptakan lapangan kerja. Namun, di sisi lain, persaingan global yang ketat mengancam

sektor industri domestik, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), yang sering kali sulit bersaing dengan produk impor lebih murah dan berkualitas tinggi (Sitanggang et al., 2024)

UMKM di Indonesia memiliki peran besar dalam perekonomian, mereka menyumbang sekitar 61% dari PDB pada tahun 2023. Sebagian besar terdiri dari usaha mikro, yang mempekerjakan sekitar 117 juta orang atau sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Meskipun demikian, mereka menghadapi tantangan besar dalam menghadapi perdagangan bebas dan digitalisasi. Permasalahan seperti kurangnya kapasitas sumber daya manusia, keterbatasan dalam produksi, serta kesulitan dalam pemasaran menghambat daya saing mereka. Dalam mengatasi tantangan yang terjadi, diperlukan transfer pengetahuan dari institusi pendidikan kepada UMKM, terutama terkait transformasi digital dan strategi adaptasi terhadap revolusi industri 4.0 (Anatan & Nur, 2023)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Saing Produk Lokal di Tengah Dominasi Produk Asing

Di era perdagangan bebas yang didukung perkembangan teknologi digital, produk lokal Indonesia menghadapi tantangan untuk bersaing dengan produk asing yang sering kali unggul dalam hal harga, kualitas, dan branding. Platform e-commerce global seperti Amazon dan Shopee memudahkan konsumen Indonesia mengakses dan membeli produk impor dengan harga yang kompetitif. Kondisi ini memberikan tekanan besar pada UMKM lokal yang memiliki keterbatasan dalam hal produksi massal, standar kualitas internasional, dan strategi pemasaran yang efektif.

Namun, era digital juga membuka peluang besar bagi produk lokal untuk memperluas pasar melalui teknologi digital. Dengan memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital, produk lokal dapat menjadikan keunikan budaya sebagai nilai jual dan daya tarik utama, seperti kerajinan tangan atau makanan khas daerah yang tidak dimiliki oleh produk asing. Selain itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara sisi demand dan supply di pasar domestik. Dalam hal ini, sisi demand dapat didorong melalui kampanye pembelian produk dalam negeri, sementara sisi supply harus ditingkatkan melalui perbaikan kualitas, efisiensi produksi, dan ketersediaan barang yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Selain langkah tersebut, sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk lokal, misalnya melalui pelatihan teknologi digital untuk UMKM, akses pembiayaan yang lebih mudah, dan perbaikan berkelanjutan yang membantu UMKM beradaptasi dengan standar pasar global. Dengan pendekatan ini, daya saing produk lokal tidak hanya dapat ditingkatkan domestik tetapi juga di pasar internasional.

Dampak Ekonomi Dari Ketergantungan Barang Impor Terhadap Industri Lokal

Ketergantungan Indonesia terhadap barang impor menimbulkan dilema bagi perekonomian. Di satu sisi, impor memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan berbagai produk pilihan dengan harga terjangkau dan meningkatkan akses terhadap produk yang sulit diproduksi di dalam negeri. Namun, impor juga dapat menekan industri lokal yang sulit bersaing dengan produk impor, mengurangi lapangan kerja, dan meningkatkan defisit perdagangan jika tidak dikelola dengan baik. Contoh nyata hal ini dapat dilihat pada sektor elektronik dan pakaian, di mana produk impor mendominasi pangsa pasar dalam negeri.

Seperti yang disebutkan oleh (Putra et al., 2023), ketergantungan terhadap barang impor dapat menyebabkan defisit neraca perdagangan dan menekan industri lokal melalui persaingan yang tidak sehat, terutama dengan produk impor yang lebih murah. Situasi ini terjadi ketika nilai impor lebih besar daripada nilai ekspor, menyebabkan peningkatan utang luar negeri yang berpotensi mengancam stabilitas ekonomi negara. Untuk mengurangi ketergantungan ini, Indonesia perlu fokus memperkuat industri lokal melalui kebijakan substitusi impor. Langkah-langkah seperti memberikan insentif kepada industri lokal, mengurangi biaya produksi melalui reformasi birokrasi, dan memperkuat investasi dalam teknologi lokal dapat menjadi solusi yang efektif.

Seperti yang terjadi pada era Orde Baru, kebijakan substitusi impor terbukti mampu memacu pertumbuhan sektor industri dengan mengurangi ketergantungan pada barang impor, membuka peluang kerja, dan meningkatkan kapasitas industri lokal, meskipun membutuhkan perlindungan dari pemerintah dalam bentuk tarif dan regulasi lainnya. Selain kebijakan substitusi impor, pemerintah juga dapat bekerja sama dengan sektor swasta untuk meningkatkan daya saing melalui pengembangan teknologi, pelatihan tenaga kerja, dan kemudahan akses pasar ekspor. Melalui kebijakan yang mendukung peningkatan produksi lokal dan ekspor, Indonesia dapat mengurangi ketergantungan terhadap barang impor sekaligus menciptakan perekonomian yang lebih kokoh dan berkelanjutan.

Peran Kebijakan Pemerintah dalam Menciptakan Keseimbangan

Pemerintah berperan signifikan dalam menyeimbangkan perlindungan terhadap industri dalam negeri dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu strategi yang dapat diterapkan menurut Kementerian Perindustrian adalah kebijakan non-tarif, seperti Non-Tariff Measures (NTMs), yang bertujuan untuk menjaga sektor strategis, seperti manufaktur dan tekstil, agar tetap kompetitif di tengah persaingan global. Kebijakan ini mencakup langkah-

langkah seperti menetapkan standar teknis, pembatasan jumlah barang impor, hingga sertifikasi, yang dirancang untuk mendukung daya saing produk lokal dalam menghadapi arus globalisasi (Katadata.co.id, 2019).

Dalam era digital, pemerintah memegang peranan penting dalam memfasilitasi transformasi UMKM agar mampu bersaing di pasar global. Berbagai inisiatif telah diluncurkan, seperti Gerakan Nasional 1.000 Startup Digital dan program pelatihan literasi digital, yang bertujuan membantu UMKM beradaptasi dengan teknologi modern (Kemenko Perekonomian, 2023). Selain itu, dukungan berupa subsidi untuk perangkat teknologi dan akses internet terjangkau di wilayah terpencil dirancang untuk mengurangi kesenjangan digital di Indonesia (Kemenkeu, 2023). Program lain, seperti Digital Talent Scholarship dan Digital Leadership Academy, juga ditujukan untuk meningkatkan keterampilan digital baik bagi pekerja maupun pemimpin UMKM, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan yang muncul dalam perekonomian berbasis teknologi (Kemenko Perekonomian, 2023).

Sebagai alternatif, penetapan tarif tinggi terhadap barang impor yang dapat diproduksi di dalam negeri merupakan strategi penting yang dapat digunakan. Sebagai contoh, pada tahun 2018, lonjakan impor baja sebesar 13,5% memberikan dampak signifikan pada industri baja domestik. Hal ini menegaskan perlunya kebijakan perlindungan yang tepat untuk memastikan keberlangsungan sektor ini (Katadata.co.id, 2019). Dengan kebijakan semacam ini, pemerintah diharapkan dapat mencapai keseimbangan antara melindungi industri lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis digital. Kebijakan tersebut tidak hanya mendukung sektor-sektor strategis, tetapi juga membantu mendorong inovasi serta meningkatkan daya saing Indonesia di era globalisasi.

Peluang dan Tantangan di Era Digital

Era digital membawa peluang besar dalam perdagangan bebas, terutama dalam meningkatkan akses pasar internasional. Platform digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen global tanpa biaya tinggi. Produk-produk seperti kopi, kerajinan tangan, dan fesyen lokal telah menemukan pasar baru melalui e-commerce. Platform seperti situs web, media sosial, dan aplikasi pesan instan berbasis mobile memiliki peran yang signifikan bagi pelaku UMKM dalam membangun interaksi dengan pelanggan. Era digital membuka peluang besar dalam perdagangan bebas, terutama dalam memperluas jangkauan pasar internasional (Slamet et al., 2016). UMKM harus bisa melihat peluang pasar tersebut agar usaha mereka bisa menjangkau pasar bebas.

Meskipun banyak peluang yang tersedia, UMKM menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan penelitian, beberapa permasalahan utama yang sering dihadapi UMKM meliputi: pertama, kesulitan dalam menangkap peluang pasar dan memperluas pangsa pasar; kedua, kendala dalam struktur permodalan serta keterbatasan akses ke sumber pembiayaan yang memadai; ketiga, kelemahan dalam pengelolaan organisasi dan sumber daya manusia; keempat, minimnya jaringan usaha dan kerja sama di antara pelaku usaha kecil (sistem informasi pemasaran); kelima, iklim usaha yang kurang mendukung akibat persaingan yang tidak sehat; dan keenam, pembinaan yang kurang terkoordinasi serta rendahnya tingkat kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap usaha kecil (Rakhman Setyanto et al., 2015).

Untuk terus berkembang, UMKM perlu menciptakan produk yang menarik, berkualitas, dan memiliki nilai unik, sekaligus terus berinovasi guna memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Pelaku UMKM juga dituntut untuk memanfaatkan berbagai platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi pemasaran, yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan visibilitas produk mereka. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih efisien seperti digital marketing, influencer, dan kolaborasi dengan brand besar tentu dapat membantu memperbesar pangsa pasar. UMKM harus lebih dapat mengembangkan inovasi serta teknologi agar dapat terus memperluas pangsa pasar di era digital ini, dan ditambah dengan kolaborasi yang ada sehingga produk UMKM dapat dikenal dan diperjualkan secara lebih luas.

Analisis SWOT dalam Perdagangan Bebas di Era Digital

1. Strengths (Kekuatan)

Indonesia memiliki potensi besar dalam perdagangan bebas era digital karena jumlah penduduknya yang melebihi 270 juta, menciptakan pasar domestik yang sangat luas bagi produk lokal. Dengan adanya transformasi digital, platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen tanpa batasan lokasi geografis (Slamet et al., 2016b). Selain itu, sektor UMKM yang menyumbang sekitar 60% terhadap PDB dapat berkembang pesat jika didukung oleh infrastruktur teknologi yang memadai (Fitriani et al., 2022). Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional mereka, sehingga mampu bersaing secara efektif di pasar internasional (Fitriani et al., n.d.).

2. Weaknesses (Kelemahan)

Adopsi teknologi yang rendah di kalangan UMKM, terutama di daerah terpencil, menjadi salah satu kendala utama dalam menghadapi perdagangan bebas. Kondisi ini

membuat UMKM sulit bersaing dengan perusahaan multinasional (Fitriani et al., 2022). Selain itu, keterbatasan dalam memahami penggunaan platform digital sebagai alat pemasaran juga menjadi tantangan signifikan (Fitriani et al., n.d.). Ketergantungan pada bahan baku impor oleh sektor manufaktur turut menambah beban, sebab biaya produksi yang tinggi berdampak pada daya saing produk lokal (Fitriani et al., n.d.).

3. Opportunities (Peluang)

Kemajuan era digital membuka potensi besar bagi UMKM untuk memperluas akses pasar mereka hingga ke skala global. Program pemerintah, seperti pelatihan digital bersubsidi dan insentif pajak bagi perusahaan teknologi lokal, mempercepat proses transformasi ini. Dengan tingkat penetrasi internet yang terus meningkat, Indonesia memiliki kesempatan untuk menjadi pusat ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara (Slamet et al., 2016b). Selain itu, peluang ekspor produk berbasis teknologi semakin terbuka luas dengan meningkatnya permintaan global terhadap barang digital.

4. Threats (Ancaman)

Produk impor yang lebih murah dan sering kali memiliki standar kualitas lebih tinggi menjadi ancaman utama bagi industri lokal karena cenderung lebih diminati oleh konsumen dalam negeri (Fitriani et al., 2022). Selain itu, kurangnya regulasi yang melindungi UMKM dari dominasi platform e-commerce asing memperburuk tekanan yang dirasakan industri lokal. Risiko keamanan siber juga menjadi ancaman besar yang dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital.

4. KESIMPULAN

Perdagangan bebas dalam era digital membawa peluang besar sekaligus tantangan yang tidak bisa diabaikan bagi Indonesia. Transformasi digital telah membuka akses pasar yang lebih luas bagi UMKM dan produk lokal melalui penggunaan teknologi seperti e-commerce dan media sosial, memungkinkan ekspansi baik di tingkat domestik maupun internasional. Namun, produk impor yang sering kali menawarkan harga lebih kompetitif dan kualitas unggul menjadi ancaman bagi industri lokal, meningkatkan ketergantungan pada barang impor serta memperbesar potensi defisit neraca perdagangan.

Pemerintah memiliki peran krusial dalam menyeimbangkan perlindungan terhadap industri dalam negeri dengan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Upaya seperti penerapan kebijakan substitusi impor, pemberian insentif bagi UMKM, pelaksanaan pelatihan digital, dan penguatan regulasi perdagangan menjadi langkah strategis untuk memperkuat daya saing nasional. Selain itu, sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan

sangat penting dalam meningkatkan kemampuan industri lokal untuk beradaptasi dengan dinamika pasar global. Dengan memanfaatkan peluang digital secara optimal dan mengatasi tantangan melalui kebijakan yang strategis, Indonesia dapat membangun ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif di tingkat global. Strategi ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi yang konsisten tetapi juga memperkuat posisi Indonesia dalam sistem perdagangan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2024, August 30). Kebijakan pemerintah dalam pengembangan industri manufaktur. Puskarsa.
- Amalia, S. F. (2023, November 19). Membanjirnya barang impor dengan harga murah. Kompasiana.
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. <https://doi.org/10.3390/economies>
- Anderson, J. E., & Van Wincoop, E. (2004). Trade costs.
- Anwar, M. C. (2022, June 12). Kenapa produk lokal kalah bersaing dengan produk impor? Kompas.com.
- CTA. (2023, November 8). Pentingnya kerjasama pemerintah dan swasta dalam mendorong ekspor impor. Customs Trade Academy.
- CTA. (2024, March 22). Daftar barang impor yang laku di Indonesia dan tips aman impor. Customs Trade Academy.
- Dariah, A. R. (2005). Perdagangan bebas: Idealisme dan realitas.
- Firmansyah, H., & Hendra, E. (2015). Implikasi globalisasi ekonomi dan perdagangan bebas terhadap stabilitas nilai rupiah.
- Fitriani, M., Maghfiroh, N., Janari, D., Ridwan, M., Purnomo, A., Jurusan,), Industri, T., & Industri, F. T. (2022). Analisis SWOT untuk digitalisasi strategi pemasaran usaha kecil dan menengah kerajinan bambu.
- Gurumurthy, A. (2019). Digital economies at global margins. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10890.001.0001>
- Mahendra Ardiansyah, W. (2023). Peran teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. [Journal.sabajayapublisher.com. https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeh](https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeh)

- Putra, A. K., Rafi, A., Darmawan, R. P., & Wikansari, R. (2023). Peran pemerintah meningkatkan perdagangan internasional khususnya ekspor. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 1–10. <https://doi.org/10.59827/jie.v2i3.94>
- Putra, F. (2024, May 25). Tantangan UMKM di tengah ketatnya persaingan global. *Radio Republic Indonesia*.
- Rajagukguk, K. R. (2024, May 25). Menyusuri jalan sutra digital: Transformasi bisnis internasional di era e-commerce dan influencer. *Kompasiana*.
- Rakhman Setyanto, A., Rizky Samodra, B., & Pasca Pratama, Y. (2015). Kajian strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi perdagangan bebas kawasan ASEAN (Studi kasus Kampung Batik Laweyan). 14(2). <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/etikonomi>
- Sitanggang, D. M., Matondang, K. A., Angkat, F., & Sinurat, N. A. (2024). *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia etika dalam perdagangan bebas di Indonesia*.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Ramdani, H., Hendriyanto, A., Lu, L., & Ilma, Ul. (2016a). *Jurnal Manajemen Indonesia strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. Development strategy of digital start-up to confront the era of free market*.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Ramdani, H., Hendriyanto, A., Lu, L., & Ilma, Ul. (2016b). *Jurnal Manajemen Indonesia strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. Development strategy of digital start-up to confront the era of free market*.
- Sulastri. (2022, December 6). Peran penting UMKM dalam ancaman isu resesi. [Kemenkeu.go.id](https://kemenkeu.go.id).
- Waluyo, D. (2024, July 22). *Industri alat angkut Indonesia 2024: Kontribusi dan tantangan*. [Indonesia.go.id](https://indonesia.go.id).
- Widya Astuti, A., Muharam, A., Siber Cerdika Internasional, P., & Swadaya Gunung Jati, U. (2023). *Perkembangan bisnis di era digital*. JMI: Riviera Publishing. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>