



Jurnal Manajemen Retail Indonesia

Journal homepage: <https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/jmari/index>
ISSN 2723-2018 E-ISSN 2723-1984

Analisis Masa Depan Perekonomian Indonesia: Tantangan UMKM Go Digital Kota Tangerang

Sugina^a, Selamat Zebua^b, Rasyid Tarmizi^c, Hardjanto Nusantoro^d, Abdul Hadi^e

^{abcde}Universitas Raharja, sugina@raharja.info

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: Jul 11, 2024

Revised: Jul 18, 2024

Accepted: Jul 20, 2024

Keywords:

Innovation Challenges, MSMEs, Go Digital, digital skills development

Kata Kunci:

Tantangan Inovasi, UMKM, Go Digital, keterampilan digital

ABSTRACT

This research aims to analyze the future challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in adopting digital transformation in Tangerang City, Indonesia. The research method used is qualitative research with a phenomenological approach, describing the challenges related to MSMEs going digital. The data sources used are relevant literature related to the research problem. The research findings indicate that MSMEs in Tangerang City need to confront the challenges of going digital by implementing innovation, collaboration, and digital skills development. Government support and stakeholder engagement are crucial in the form of digital infrastructure development, educational programs, training, and incentive policies that support the digital transformation of MSMEs. This phenomenon holds great potential in contributing to national economic growth. The transformation of MSMEs into going digital is not only a necessity but also a significant opportunity to enhance competitiveness, operational efficiency, and market access. To achieve this, close collaboration between the government and stakeholders is essential in facing the challenges of going digital and supporting the development of MSMEs as a key pillar in the local economy. With the right support, MSMEs can become a major force in driving economic growth, creating jobs, and improving people's income in the future.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan masa depan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengadopsi transformasi digital di Kota Tangerang, Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yang menggambarkan deskripsi tentang tantangan yang terkait dengan UMKM go digital. Sumber data yang digunakan adalah literatur kepustakaan terkait dengan masalah penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Kota Tangerang perlu menghadapi tantangan go digital dengan melakukan inovasi, kolaborasi, dan pengembangan keterampilan digital.

Dukungan pemerintah dan para pemangku kepentingan sangat diperlukan dalam bentuk pengembangan infrastruktur digital, program pendidikan, pelatihan, dan kebijakan insentif yang mendukung transformasi digital UMKM. Fenomena ini memiliki potensi besar dalam berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Transformasi UMKM menjadi go digital tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga peluang besar untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan akses pasar. Dalam rangka mencapai hal tersebut, kerja sama yang erat antara pemerintah dan para pemangku kepentingan penting dalam menghadapi tantangan go digital dan mendukung perkembangan UMKM sebagai pilar utama dalam perekonomian lokal. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi kekuatan utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat di masa depan.

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara ke-16 terbesar dan negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia, memiliki peran yang penting dalam perekonomian global. Termasuk UMKM dapat memainkan peran yang penting dalam menghadapi resesi ekonomi. UMKM, dengan skala kecil dan ketersediaan yang lebih mudah, dapat menjadi bagian dari strategi untuk mengurangi dampak resesi. Bagaimana peran UMKM dalam menghadapi resesi ekonomi?(Zakiyah, 2022).

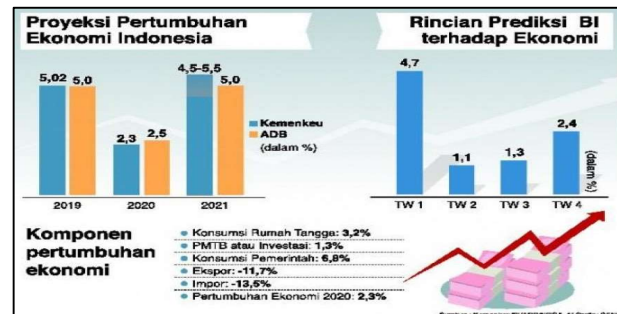
UMKM dapat memanfaatkan kekurangan infrastruktur yang umumnya lebih rendah dibandingkan perusahaan besar (Fitriarni et al., 2024). Hal ini dapat membuat biaya operasional UMKM lebih rendah dan lebih mudah disesuaikan dengan situasi pasar (Sumiati et al., 2024). Selain itu, UMKM dapat lebih mudah memanfaatkan kesempatan yang tersedia dalam lingkungan lokal, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang belum terjangkau oleh perusahaan besar.

Selanjutnya, UMKM dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi di wilayah terpencil dan daerah terluar (Eldi et al., 2024). Hal ini dapat mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut (Devin & Yulfiswandi, 2024). Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan sumber daya alam dan kultur lokal, sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisata dan pengembangan industri lokal. Selain itu, UMKM dapat menjadi bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kapasitas.

Jika dilakukan dengan melakukan pendidikan dan pelatihan terhadap para pemangku kepentingan, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan UMKM (Nugraha et al., 2024). Selain itu, pemerintah dan organisasi swasta dapat meningkatkan akses UMKM kepada kredit dan teknologi, sehingga dapat memaksimalkan potensi UMKM dalam mengurangi dampak resesi ekonomi.

Pada era bisnis yang semakin berkembang, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi sangat penting. Tidak terkecuali di wilayah Tangerang, yang sejak tahun 2018 telah menunjukkan keberhasilan dengan memiliki 41.155 UMKM di tingkat kabupaten (Irmawati et al., 2013). Selain itu, di wilayah kota Tangerang sendiri, tercatat telah ada 11.746 UMKM sejak tahun yang sama. Angka

ini menunjukkan potensi yang sangat menjanjikan dan memberikan peluang besar untuk menggali lebih dalam potensi bisnis di wilayah ini (Avriyanti, 2020). Dalam konteks ini, penting untuk memperhatikan dan mendukung perkembangan UMKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian lokal yang dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.



Gambar 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia : Tantangan dan Peluang

Namun, UMKM juga harus menghadapi tantangan yang signifikan, seperti kekurangan akses kepada kredit, teknologi, dan pasar. Selain itu, UMKM juga harus menghadapi tantangan dari pergeseran tren konsumsi dan pergeseran daya saing global. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM harus melakukan inovasi dan pengembangan produk, memanfaatkan teknologi, serta mengembangkan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen (Lestari, 2010). Selain itu, pemerintah dan para pemangku kepentingan harus bekerja sama dalam mengembangkan infrastruktur, pendidikan, dan keterampilan untuk dapat mengambil keuntungan dari tantangan dan peluang ini.

Secara go digital, UMKM masih belum mampu memanfaatkan potensi yang tersedia dan masih tergantung pada beberapa faktor, sehingga perlu adanya diversifikasi dan pengembangan sektor-sektor lain yang dapat memanfaatkan sumber daya alam dan manusia yang melimpah. Selain itu, UMKM juga harus melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan besar dan institusi swasta, sehingga dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia dalam menghadapi resesi ekonomi dan berkontribusi dalam perekonomian nasional.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yaitu menguraikan deskripsi kondisi tantangan yang terlihat dan terkait dengan UMKM secara go digital. Sumber data dari perolehan literasi kepustakaan, Dimana peneliti akan menggunakan analisis content dari sumber yang terkait dengan pokok masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Go digital

Secara etimologi kata "UMKM" merupakan gabungan dari tiga kata, yaitu Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah. Kata "Usaha" berasal dari bahasa Indonesia yang mengacu pada kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, terutama dalam konteks bisnis. Kata "Mikro" berasal dari bahasa Yunani "mikros" yang berarti kecil atau terbatas dalam ukuran. Kata "Kecil" juga berasal dari bahasa Indonesia dan merujuk pada sesuatu yang tidak besar atau memiliki skala yang terbatas (Permana, 2017). Sedangkan kata "Menengah" berasal dari bahasa Indonesia dan mengacu pada sesuatu yang berada di antara yang kecil dan besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis masa depan perekonomian Indonesia dengan fokus pada tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengadopsi transformasi digital di Kota Tangerang. Dalam era digital yang terus berkembang, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Transformasi digital menjadi penting bagi UMKM untuk memanfaatkan peluang yang ada dan meningkatkan efisiensi operasional serta akses pasar (Susila, 2017).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, UMKM membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dukungan infrastruktur digital yang memadai, program pendidikan dan pelatihan yang relevan, serta kebijakan insentif yang mendukung transformasi digital UMKM menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan UMKM di era digital (Astuti, 2019).

Dengan adopsi transformasi digital yang berhasil, UMKM di Kota Tangerang memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Hal ini dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat perekonomian lokal. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan para pemangku kepentingan untuk terus mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan go digital dan memanfaatkan peluang yang ada guna mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Tantangan Dan Peluang Umkm Kota Tangerang

Perkembangan sistem ekonomi di Indonesia, dengan fokus pada beberapa tantangan dan peluang yang dihadapi oleh manajemen retail di Indonesia (Febrianti, 2024a).

a. Pergeseran Daya Saing Global

Dengan berkembangnya teknologi, banyak negara sedang meningkatkan daya saingnya, sehingga menimbulkan tantangan besar bagi manajemen retail di Indonesia. Pergeseran daya saing global ini memaksa pemain retail untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dan inovatif, sehingga dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

b. Dampak Perubahan Iklim

Pergeseran iklim dan badai semak semak yang semakin sering terjadi menjadi ancaman besar bagi pertanian dan perkebunan di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan kekurangan produksi makanan, naiknya harga, serta dampak negatif terhadap perekonomian umum. Untuk manajemen retail, dampak ini dapat dirasakan langsung, sehingga mereka harus memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi barang.

c. Ketidakstabilan Politik dan Hukum

Ketidakstabilan politik dan hukum juga menjadi ancaman besar bagi manajemen retail di Indonesia. Hal ini dapat menghambat investasi asing dan mengganggu ketertiban sosial, sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian dan kegiatan usaha retail.

d. Tingkat Kemiskinan Tinggi

Tingkat kemiskinan yang tinggi masih menjadi tantangan besar di Indonesia. Namun, pemerintah telah mengimplementasikan beberapa program sosial, seperti Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Miskin (PNPM), yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk manajemen retail, tingkat kemiskinan tinggi ini dapat menjadi peluang untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis, asalkan mereka dapat menyediakan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik.

e. Peran Teknologi

Teknologi baru, seperti e-commerce dan mobile commerce, dapat menjadi peluang besar bagi manajemen retail di Indonesia. Namun, pengembangan teknologi juga dapat menimbulkan tantangan besar, seperti kekurangan keterampilan digital dan kekurangan infrastruktur teknologi. Untuk mengatasi tantangan ini, manajemen retail harus memaksimalkan penggunaan teknologi dan mengembangkan strategi yang tepat dalam mengintegrasikan teknologi dengan operasional usaha.

f. Pertumbuhan Demografi

Pertumbuhan demografi yang signifikan dapat menjadi peluang besar bagi manajemen retail di Indonesia, mengingat banyaknya tenaga kerja yang tersedia dan kebutuhan konsumsi yang semakin meningkat. Namun, pemerintah harus meningkatkan kualitas pendidikan dan keterampilan tenaga kerja, agar dapat memanfaatkan potensi ini. Dengan memahami tantangan dan peluang yang dihadapi oleh manajemen retail di Indonesia, perusahaan retail dapat memanfaatkan potensi yang tersedia dan memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional (Supriadi, 2024). Selain itu, manajemen retail harus bekerja sama dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan infrastruktur, pendidikan, dan keterampilan yang dibutuhkan. Selain itu, manajemen retail harus melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan besar dan institusi swasta, sehingga dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia. Dengan demikian,

manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia, serta berkontribusi dalam perekonomian nasional.

Pada kenyataannya, peran ini masih belum optimal dan tergantung pada tantangan- tantangan yang harus dihadapi. Selain itu, kondisi demografi yang positif dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun, pemerintah dan para pemangku kepentingan harus bekerja sama dalam mengembangkan infrastruktur, pendidikan UMKM, dan keterampilan untuk dapat mengambil keuntungan dari tantangan dan peluang ini, terutama di bidang UMKM.

Penggunaan TIK menawarkan peluang yang begitu banyak, sehingga dapat mengarah pada pengalaman belajar yang lebih baik dan lebih menarik. Namun, penggunaan TIK juga menjadi tantangan yang signifikan bagi UMKM, terutama yang kecil dan tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk memanfaatkan teknologi ini (Azizah et al., 2024).

UMKM harus memiliki akses yang mudah dan murah ke teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan teknologi dan institusi swasta, sehingga dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia. Selain itu, pemerintah dan organisasi swasta dapat membantu UMKM dalam mengembangkan infrastruktur teknologi, sehingga dapat memaksimalkan potensi TIK dalam membantu UMKM.

UMKM harus memiliki keterampilan yang cukup dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pendidikan dan pelatihan terhadap para pemangku kepentingan, sehingga dapat memahami cara menggunakan teknologi dan memanfaatkannya dalam memaksimalkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan sumber daya alam dan kultur lokal dalam memanfaatkan teknologi, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang belum terjangkau oleh perusahaan besar.

UMKM harus melakukan inovasi dan pengembangan produk, memanfaatkan teknologi, serta mengembangkan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam mempromosikan produk dan layanan, serta memanfaatkan data dan analisis untuk memahami tren konsumen dan kebutuhan pasar. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan layanan pelanggan dan memanfaatkan sumber daya manusia yang tersedia.

Selain itu, Indonesia harus meningkatkan hubungannya dengan negara-negara lain dan organisasi internasional, serta mengambil tindakan yang bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan. Kritisnya, Indonesia masih belum mampu memanfaatkan potensi yang tersedia dan masih tergantung pada beberapa sektor, sehingga perlu adanya diversifikasi dan pengembangan sektor-sektor lain yang dapat memanfaatkan sumber daya alam dan manusia yang melimpah. Namun, perekonomian Indonesia masih menghadapi tantangan besar, seperti pergeseran global daya saing dan dampak buruk dari perubahan iklim. Manajemen retail di

Indonesia juga menghadapi tantangan dan peluang yang signifikan. Bab ini akan menjelaskan latar belakang perekonomian Indonesia, tantangan yang dihadapi oleh manajemen retail, serta peluang yang tersedia.

ANALISIS MASA DEPAN TANTANGAN PEREKONOMIAN INDONESIA

Tantangan Ekonomi Besar di Masa Depan dan Manajemen Retail

Indonesia, sebagai negara ke-16 terbesar dan negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia, memiliki peran yang penting dalam perekonomian global. Namun, Indonesia juga menghadapi tantangan ekonomi besar di masa depan, yang dapat mempengaruhi manajemen retail. Untuk mengatasi tantangan ini, manajemen retail harus memanfaatkan potensi yang tersedia dan memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional (Febrianti, 2024b). Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan inovasi dan pengembangan produk, memanfaatkan teknologi, serta mengembangkan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain itu, manajemen retail harus bekerja sama dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan infrastruktur, pendidikan, dan keterampilan yang dibutuhkan.

Kritis, manajemen retail harus melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan besar dan institusi swasta, sehingga dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia. Selain itu, manajemen retail harus melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global, dan memanfaatkan data dan analisis untuk memahami kebutuhan pasar dan kebutuhan konsumen.

Langkah-langkah praktis dari Tantangan Ekonomi Besar di Masa Depan bagi Manajemen Retail (Riswanto et al., 2024), yaitu :

1. Melakukan inovasi dan pengembangan produk

Untuk memanfaatkan potensi yang tersedia dan memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional, manajemen retail dapat melakukan inovasi dan pengembangan produk. Misalnya, sebuah toko peralatan rumah tangga dapat memperkenalkan produk-produk baru yang lebih efisien dan ramah lingkungan, sehingga dapat memanfaatkan tren konsumsi yang bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan.

2. Memanfaatkan teknologi

Untuk memanfaatkan teknologi dan mengembangkan pasar, manajemen retail dapat menggunakan media sosial dan e-commerce. Misalnya, sebuah toko fashion dapat membuka akun resmi di media sosial dan menggunakan e-commerce untuk menjangkau konsumen di wilayah yang jauh. Selain itu, manajemen retail dapat menggunakan teknologi untuk mengelola data dan analisis, sehingga dapat memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

3. Bekerja sama dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan

Untuk mengembangkan infrastruktur, pendidikan, dan keterampilan yang dibutuhkan, manajemen retail dapat bekerja sama dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan. Misalnya, sebuah toko elektronik dapat berkolaborasi dengan pemerintah dalam membangun infrastruktur teknologi, sehingga dapat

memanfaatkan potensi yang tersedia dan memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional.

4. Melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan besar dan institusi swasta Untuk memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, manajemen retail dapat melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan besar dan institusi swasta. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat bekerja sama dengan perusahaan teknologi untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan transaksi dan mengelola data konsumen.
5. Melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global Untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia, manajemen retail dapat melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global. Misalnya, sebuah toko fashion dapat melakukan studi tentang tren konsumsi di pasar global, sehingga dapat memahami kebutuhan konsumen dan memanfaatkan tantangan yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan data dan analisis untuk memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia, serta berkontribusi dalam perekonomian nasional. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

Dengan demikian, manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia, serta berkontribusi dalam perekonomian nasional (Asikin & Fadilah, 2024). Dibagi kedalam lima komponen, yaitu:

1. Pergeseran Daya Saing Global

Dengan berkembangnya teknologi, banyak negara sedang meningkatkan daya saingnya, sehingga menimbulkan tantangan besar bagi manajemen retail di Indonesia. Pergeseran daya saing global ini memaksa pemain retail untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dan inovatif, sehingga dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

Indikator Pergeseran Daya Saing Global, yaitu :

- a. Mengembangkan strategi yang lebih baik dan inovatif

Untuk bertahan di pasar yang semakin kompetitif, manajemen retail dapat mengembangkan strategi yang lebih baik dan inovatif. Misalnya, sebuah rantai toko peralatan elektronik dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan layanan pelanggan yang lebih cepat dan efisien. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan inovasi dan pengembangan produk, yang dapat memanfaatkan tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

- b. Memanfaatkan teknologi

Untuk mengembangkan daya saing dan bertahan di pasar global, manajemen retail dapat memanfaatkan teknologi. Misalnya, sebuah toko fashion dapat menggunakan teknologi untuk mengelola data dan analisis,

sehingga dapat memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen. Selain itu, manajemen retail dapat menggunakan media sosial dan e-commerce untuk memanfaatkan potensi pasar global dan mengembangkan pasar.

c. Melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan asing

Untuk memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, manajemen retail dapat melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan asing. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat bekerja sama dengan perusahaan teknologi global untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan transaksi dan mengelola data konsumen. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan joint venture dengan perusahaan asing, sehingga dapat memanfaatkan potensi pasar global dan mengembangkan pasar.

d. Memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional

Untuk bertahan di pasar yang semakin kompetitif, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat mengoptimalkan proses transaksi dan menggunakan teknologi untuk mengurangi biaya operasional. Selain itu, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dan memanfaatkan potensi yang tersedia.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia, serta bertahan di pasar global yang semakin kompetitif. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

2. Dampak Perubahan Iklim

Pergeseran iklim dan badai semak semak yang semakin sering terjadi menjadi ancaman besar bagi pertanian dan perkebunan di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan kekurangan produksi makanan, naiknya harga, serta dampak negatif terhadap perekonomian umum (Riswanto et al., 2024). Untuk manajemen retail, dampak ini dapat dirasakan langsung, sehingga mereka harus memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi barang.

Indikator Dampak Perubahan Iklim, yaitu :

a. Memanfaatkan data dan analisis

Untuk menghadapi dampak perubahan iklim, manajemen retail dapat memanfaatkan data dan analisis. Misalnya, sebuah toko peralatan pertanian dapat mengumpulkan data tentang pergeseran iklim dan pengaruhnya terhadap produksi makanan. Selain itu, manajemen retail dapat menggunakan analisis untuk memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen, serta memanfaatkan potensi yang tersedia.

b. Mengembangkan strategi yang lebih baik

Untuk menghadapi dampak perubahan iklim, manajemen retail dapat mengembangkan strategi yang lebih baik. Misalnya, sebuah toko peralatan pertanian dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan perangkat lunak yang dapat memprediksi pergeseran iklim dan pengaruhnya terhadap

produksi makanan. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan inovasi dan pengembangan produk, yang dapat memanfaatkan tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

c. Memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi

Untuk menghadapi dampak perubahan iklim, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat menggunakan teknologi untuk mengoptimalkan proses transaksi dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dan memanfaatkan potensi yang tersedia.

d. Melakukan pengembangan pasar

Untuk menghadapi dampak perubahan iklim, manajemen retail dapat melakukan pengembangan pasar. Misalnya, sebuah toko fashion dapat memanfaatkan potensi pasar global dan mengembangkan pasar. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan joint venture dengan perusahaan asing, sehingga dapat memanfaatkan potensi pasar global dan mengembangkan pasar.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat menghadapi dampak perubahan iklim dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

3. Ketidakstabilan Politik dan Hukum

Ketidakstabilan politik dan hukum juga menjadi ancaman besar bagi manajemen retail di Indonesia. Hal ini dapat menghambat investasi asing dan mengganggu ketertiban sosial, sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian dan kegiatan usaha retail (Levy & Weitz, 2016).

Indicator Ketidakstabilan Politik dan Hukum, yaitu :

a. Memanfaatkan relasi dengan pemerintah

Untuk menghadapi ketidakstabilan politik dan hukum, manajemen retail dapat memanfaatkan relasi dengan pemerintah. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat berkomunikasi dengan pemerintah untuk memahami situasi politik dan hukum terkini, serta memanfaatkan potensi yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat berkomunikasi dengan pemerintah dalam memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang tersedia.

b. Memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional

Untuk menghadapi ketidakstabilan politik dan hukum, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat mengoptimalkan proses transaksi dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dalam

pengangkutan dan distribusi, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dan memanfaatkan potensi yang tersedia.

c. Melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan asing

Untuk menghadapi ketidakstabilan politik dan hukum, manajemen retail dapat melakukan kolaborasi dan kerjasama dengan perusahaan asing. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat bekerja sama dengan perusahaan teknologi global untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan transaksi dan mengelola data konsumen.

Selain itu, manajemen retail dapat melakukan joint venture dengan perusahaan asing, sehingga dapat memanfaatkan potensi pasar global dan mengembangkan pasar.

d. Melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global Untuk menghadapi ketidakstabilan politik dan hukum, manajemen retail dapat

melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global. Misalnya, sebuah toko fashion dapat melakukan studi tentang tren konsumsi di pasar global, sehingga dapat memahami kebutuhan konsumen dan memanfaatkan tantangan yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan data dan analisis untuk memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat menghadapi ketidakstabilan politik dan hukum dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

4. Tingkat Kemiskinan Tinggi

Tingkat kemiskinan yang tinggi masih menjadi tantangan besar di Indonesia. Namun, pemerintah telah mengimplementasikan beberapa program sosial, seperti Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Miskin (PNPM), yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk manajemen retail, tingkat kemiskinan tinggi ini dapat menjadi peluang untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis, asalkan mereka dapat menyediakan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik (Berman et al., 2016).

Indikator Tingkat Kemiskinan Tinggi, yaitu:

a. Memanfaatkan program sosial pemerintah

Untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis, manajemen retail dapat memanfaatkan program sosial pemerintah. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat bekerja sama dengan pemerintah dalam melakukan program pemberdayaan masyarakat miskin, sehingga dapat memanfaatkan potensi pasar baru dan memperluas bisnis. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan program sosial pemerintah dalam memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang tersedia.

- b. Menawarkan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik

Untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis, manajemen retail dapat menawarkan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik. Misalnya, sebuah toko peralatan rumah tangga dapat menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan merek-merek lain, serta memastikan kualitas barang yang baik. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan inovasi dan pengembangan produk, yang dapat memanfaatkan tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

- c. Memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional

Untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dan efektivitas operasional. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat mengoptimalkan proses transaksi dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, manajemen retail dapat memaksimalkan efisiensi dalam pengangkutan dan distribusi, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dan memanfaatkan potensi yang tersedia.

- d. Melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global Untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis, manajemen retail dapat

melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global. Misalnya, sebuah toko fashion dapat melakukan studi tentang tren konsumsi di pasar global, sehingga dapat memahami kebutuhan konsumen dan memanfaatkan tantangan yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan data dan analisis untuk memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia, serta bertumbuh dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

5. Peran Teknologi

Teknologi baru, seperti e-commerce dan mobile commerce, dapat menjadi peluang besar bagi manajemen retail di Indonesia (Arli & Tjiptono, 2018). Namun, pengembangan teknologi juga dapat menimbulkan tantangan besar, seperti kekurangan keterampilan digital dan kekurangan infrastruktur teknologi. Untuk mengatasi tantangan ini, manajemen retail harus memaksimalkan penggunaan teknologi dan mengembangkan strategi yang tepat dalam mengintegrasikan teknologi dengan operasional usaha.

Indicator praktik dari tantangan dan peluang yang dihadapi oleh manajemen retail di Indonesia terkait peran teknologi, yaitu:

- a. Praktik bagi manajemen retail dapat memaksimalkan penggunaan teknologi dalam operasional usaha. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat mengimplementasikan sistem e-payment dan mobile banking, sehingga mempermudah transaksi bagi konsumen. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan data dan analisis dari

teknologi untuk memahami tren konsumsi dan kebutuhan konsumen, sehingga dapat memaksimalkan efisiensi dan efektivitas dalam pengembangan produk dan layanan.

- b. Praktik bagi manajemen retail dapat mengembangkan strategi yang tepat dalam mengintegrasikan teknologi dengan operasional usaha. Misalnya, sebuah toko fashion dapat memanfaatkan teknologi augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) dalam melakukan penjualan online, sehingga dapat membuat pengalaman belanja lebih menarik dan realistis. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan teknologi Internet of Things (IoT) dalam melakukan pengelolaan inventaris dan logistik, sehingga dapat memaksimalkan efisiensi dan efektivitas dalam distribusi barang.
- c. Praktik bagi manajemen retail dapat melakukan investasi dalam pengembangan keterampilan digital karyawan. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat melakukan pelatihan dan pendidikan terhadap karyawan dalam menggunakan teknologi e- payment dan mobile banking. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan kolaborasi dengan perusahaan teknologi dan edukasi, sehingga dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia.
- d. Praktik bagi manajemen retail dapat bekerja sama dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan infrastruktur teknologi. Misalnya, sebuah toko peralatan rumah tangga dapat berkomunikasi dengan pemerintah untuk memanfaatkan program pengembangan infrastruktur teknologi, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dan memanfaatkan potensi yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat bekerja sama dengan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan infrastruktur jaringan, sehingga dapat memaksimalkan kecepatan dan konektivitas dalam melakukan transaksi online.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia dalam pengembangan teknologi, serta bertumbuh dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

6. Pertumbuhan Demografi

Pertumbuhan demografi yang signifikan dapat menjadi peluang besar bagi manajemen retail di Indonesia, mengingat banyaknya tenaga kerja yang tersedia dan kebutuhan konsumsi yang semakin meningkat (Giri, 2019). Namun, pemerintah harus meningkatkan kualitas pendidikan dan keterampilan tenaga kerja, agar dapat memanfaatkan potensi ini.

Indicator tantangan dan peluang yang dihadapi oleh manajemen retail terkait pertumbuhan demografi di Indonesia, yaitu:

- a. Praktik bagi manajemen retail dapat memanfaatkan potensi tenaga kerja yang tersedia. Misalnya, sebuah toko perbankan dapat memperluas jadwal kerja dan meningkatkan kapasitas produksi, menggunakan tenaga kerja yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan investasi dalam

pengembangan keterampilan tenaga kerja, sehingga dapat memaksimalkan efisiensi dan produktivitas dalam operasional usaha.

- b. Praktik bagi manajemen retail dapat memanfaatkan kebutuhan konsumsi yang semakin meningkat. Misalnya, sebuah toko fashion dapat melakukan penelitian terhadap tren konsumsi masyarakat, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang tersedia dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, manajemen retail dapat melakukan inovasi dan pengembangan produk, sehingga dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia dalam tren konsumsi.
- c. Praktik bagi manajemen retail dapat bekerja sama dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan kualitas pendidikan dan keterampilan tenaga kerja. Misalnya, sebuah toko peralatan rumah tangga dapat berkomunikasi dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam memaksimalkan pengembangan keterampilan tenaga kerja, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang tersedia dan memaksimalkan efisiensi dan produktivitas dalam operasional usaha. Selain itu, manajemen retail dapat bekerja sama dengan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan infrastruktur pendidikan, sehingga dapat memaksimalkan kualitas pendidikan dan keterampilan tenaga kerja.
- d. Praktik bagi manajemen retail dapat melakukan pengamatan terhadap tren konsumsi dan pergeseran daya saing global, dan memanfaatkan data dan analisis untuk memahami kebutuhan pasar dan kebutuhan konsumen. Misalnya, sebuah toko fashion dapat melakukan studi tentang tren konsumsi di pasar global, sehingga dapat memahami kebutuhan konsumen dan memanfaatkan tantangan yang tersedia. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan data dan analisis dalam memahami pergeseran daya saing global, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang tersedia dan memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia.

Dengan melakukan praktik-praktik ini, manajemen retail dapat memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia dalam pertumbuhan demografi, serta bertumbuh dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, manajemen retail dapat memanfaatkan sumber daya dan keahlian yang tersedia, serta memanfaatkan potensi yang tersedia untuk memanfaatkan tantangan dan peluang yang tersedia (Eldi et al., 2024).

Dalam rangka mencapai pertumbuhan yang lebih cepat dan berkelanjutan, manajemen retail di Indonesia harus menghadapi tantangan-tantangan besar ini dengan strategi yang efektif dan terintegrasi. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan inovasi dan pengembangan produk, memanfaatkan teknologi, serta mengembangkan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain itu, manajemen retail juga harus meningkatkan kerjasama dengan pemerintah dan organisasi internasional, serta mengambil tindakan yang bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan.

SIMPULAN

1. UMKM di Kota Tangerang perlu menghadapi tantangan go digital dengan melakukan inovasi, kolaborasi, dan pengembangan keterampilan digital. Hal ini akan membantu mereka memanfaatkan peluang yang ada dan tetap bersaing dalam perekonomian digital.
2. Dalam menghadapi tantangan go digital, UMKM membutuhkan dukungan pemerintah dan para pemangku kepentingan dalam bentuk pengembangan infrastruktur, program pendidikan, pelatihan, dan kebijakan insentif yang mendukung.
3. UMKM di Kota Tangerang memiliki potensi yang besar untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional jika mampu mengatasi tantangan go digital. Ini akan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat perekonomian lokal.
4. Transformasi UMKM menjadi go digital bukan hanya kebutuhan, tetapi juga peluang besar untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan akses pasar. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi pilar utama dalam perekonomian Indonesia di masa depan.

SARAN

1. Pemerintah dan lembaga terkait perlu mengembangkan infrastruktur digital yang lebih baik di Kota Tangerang untuk mendukung transformasi UMKM menjadi go digital. Hal ini termasuk penyediaan akses internet yang cepat dan terjangkau serta pelatihan digital bagi pelaku UMKM.
2. Diperlukan kerjasama antara UMKM dengan perusahaan besar dan institusi swasta dalam bentuk kolaborasi dan kemitraan strategis. Ini akan membantu UMKM mengakses sumber daya dan keahlian yang lebih luas serta memperluas jangkauan pasar.
3. Program pendidikan dan pelatihan harus ditingkatkan untuk meningkatkan keterampilan digital dan manajemen UMKM di era go digital. Pemerintah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan pelaku industri untuk menyediakan pelatihan yang relevan dan terkini.
4. Perlu adanya insentif dan kebijakan yang mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan go digital, seperti pengurangan pajak atau pembebasan biaya sertifikasi keamanan digital. Ini akan mendorong UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi dan meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Arli, D. , & Tjiptono, F. (2018). Service quality, customer satisfaction, and loyalty: A study on Indonesian retail banks. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), 162-169.
- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi:

- Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Astuti, K. R. (2019). Infrastruktur dan teknologi dorong kemajuan umkm. *Forum Manajemen*, 17(2), 71–86.
- Avriyanti, S. (2020). Peran e-commerce untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 83–99.
- Azizah, M. F., Afrida, K. N., & Dania, S. R. (2024). Analisis Setelah Akuisisi Saham Perusahaan di Indonesia: Studi Kasus Pada Blibli Dan Ranc. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 114–122.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2016). *Retail Management: A Strategic Approach*. Pearson.
- Devin, D., & Yulfiswandi, Y. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT UMKM KOTA BATAM UNTUK MENGGUNAKAN FINTECH. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 21(01), 1–14.
- Eldi, E., Alam, S., Syamsu, N., Bungatang, B., Rumianti, C., Fajriah, Y., & Tafsir, M. (2024). Sosialisasi Penyusunan Laporan Keuangan UMKM. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1), 1–9.
- Febrianti, E. (2024a). Persoalan, Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Globalisasi. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 164–172.
- Febrianti, E. (2024b). Persoalan, Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Globalisasi. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 164–172.
- Fitriarni, D., Zulfahmi, A. N., Martanto, M., Hastuti, N. D., Cholid, I., Indriawan, R., Assrorudin, A., Arianti, I. A., & Wardanu, A. P. (2024). PENDAMPINGAN DESAIN KEMASAN KERIPIK NANGKA DI UMKM SANG BINTANG KABUPATEN KETAPANG UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(1).

- Giri, V. N. (2019). The effect of performance appraisal on employee motivation and job satisfaction: A study of Indian retail sector. . *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(3), 57-66.
- Irmawati, S., Damelia, D., & Puspita, D. W. (2013). Model inklusi keuangan pada UMKM berbasis pedesaan. *JEJAK*, 6(2).
- Lestari, E. P. (2010). Penguatan ekonomi industri kecil dan menengah melalui platform klaster industri. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 6(2), 146–157.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2016). *Retailing Management*. McGraw-Hill.
- Nugraha, R., Varlitya, C. R., Judijanto, L., Adiwijaya, S., Suryahani, I., Murwani, I. A., Sopiana, Y., Boari, Y., Kartika, T., & Fatmah, F. (2024). *Green Economy: Teori, Konsep, Gagasan Penerapan Perekonomian Hijau Berbagai Bidang di Masa Depan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Permana, S. H. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sumiati, S., Zusmawati, Z., Anwar, S., Aswan, K., & Sari, L. F. (2024). Peran Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi UMKM Berbasis Digital Marketing. *JPKBP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Supriadi, U. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital: Inovasi dalam Manajemen Pemasaran untuk Perusahaan Tradisional. *JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, 2(1).
- Susila, A. R. (2017). Upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam menghadapi pasar regional dan global. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif, 2017*, 153–171.