

Peningkatan Literasi Dagang UMKM Ekspor: Sosialisasi Strategi Digitalisasi dan Diversifikasi Pasar di Tengah Kebijakan Tarif Resiprokal

Yuliani Almalita¹, Rinjani²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti, Jakarta, Indonesia

Email: ¹yalmalita@gmail.com, ²rinjani_ridwan@yahoo.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi tekanan serius akibat kebijakan tarif resiprokal yang muncul sebagai dampak dari perang dagang antara Amerika Serikat dan mitra dagangnya. Kenaikan tarif terhadap produk ekspor Indonesia telah menurunkan daya saing UMKM di pasar internasional dan menghambat kontribusi sektor ini terhadap perdagangan luar negeri. Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis dampak kebijakan tarif resiprokal terhadap UMKM ekspor serta merumuskan strategi adaptasi yang dapat memperkuat daya saing mereka dalam menghadapi perubahan kebijakan perdagangan global. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui sosialisasi, diskusi kelompok terarah (FGD), dan penyadaran yang dilakukan secara daring dalam kegiatan “The International Multidisciplinary Community Service Activity” yang diselenggarakan oleh Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (ADPI). Peserta kegiatan adalah pelaku UMKM Ekspor, akademisi dan umum yang berkolaborasi dalam membahas strategi diversifikasi pasar dan digitalisasi usaha sebagai langkah adaptif menghadapi kebijakan tarif resiprokal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan literasi dagang internasional peserta, pemahaman terhadap strategi ekspor adaptif, serta terbentuknya kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha. Kesimpulan kegiatan ini bahwa dukungan berkelanjutan berupa pelatihan, insentif fiskal, dan deregulasi sangat diperlukan agar UMKM dapat bertahan dan meningkatkan daya saing di tengah kebijakan tarif resiprokal.

Kata Kunci: Tarif Resiprokal, Perdagangan Internasional, UMKM, Strategi Pemerintah.

Abstract

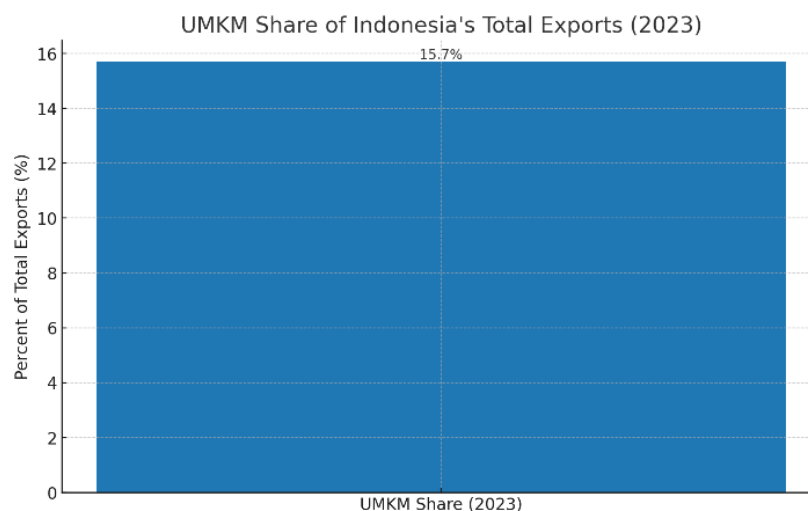
Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia are facing significant pressure due to reciprocal tariff policies that have emerged as a result of the trade war between the United States and its trading partners. The increase in tariffs on Indonesian export products has reduced the competitiveness of MSMEs in international markets and hindered the sector's contribution to foreign trade. This activity aims to analyze the impact of reciprocal tariff policies on export-oriented MSMEs and to formulate adaptive strategies that can strengthen their competitiveness amid changes in global trade policies. The program was carried out as a Community Service Activity (PkM) through online dissemination, focus group discussions, and awareness-building sessions conducted during “The International Multidisciplinary Community Service Activity,” organized by the Association of Community Service Lecturers of Indonesia (ADPI). Participants included export-oriented MSME actors and the general public who collaborated in discussing market diversification and business digitalization strategies as adaptive measures to address reciprocal tariff policies. The results showed an increase in participants' international trade literacy, understanding of adaptive export strategies, and the establishment of collaboration between academics and business actors. The conclusion of this activity emphasizes that continuous support through training, fiscal incentives, and deregulation is essential for MSMEs to survive and enhance their competitiveness amid the challenges posed by reciprocal tariff policies.

Keywords: Reciprocal Tariffs, International Trade, Msmes, Government Strategy.

PENDAHULUAN

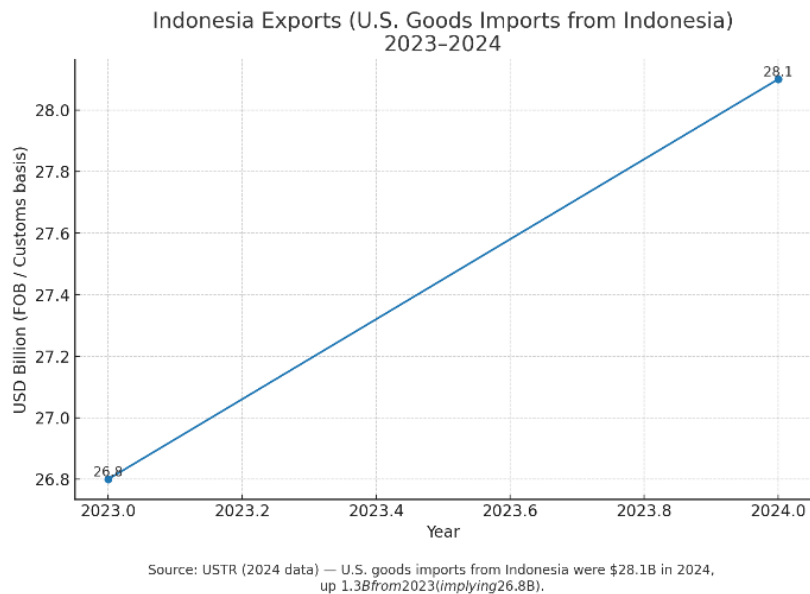
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi tekanan besar akibat kebijakan tarif resiprokal yang muncul sebagai dampak dari perang dagang antara Amerika Serikat dan mitra dagangnya. Kenaikan tarif terhadap produk ekspor Indonesia menurunkan daya saing UMKM di pasar internasional dan menghambat kontribusi sektor ini terhadap perdagangan luar negeri. Tarif resiprokal (*reciprocal tariff*) adalah sistem tarif bilateral yang menerapkan prinsip timbal balik dalam penetapan bea masuk antara negara-negara mitra dagang (Wonnacott & Wonnacott, 2005). Penelitian empiris menunjukkan bahwa perjanjian perdagangan resiprokal (RTAs) meningkatkan perdagangan bilateral antara negara-negara anggota tetapi menurunkan perdagangan antara negara anggota dan non-anggota (Vollrath & Hallahan, 2011). Studi meta-analisis yang mencakup 1.827 estimasi dari 85 penelitian menunjukkan bahwa RTAs memiliki dampak positif yang konsisten terhadap aliran perdagangan bilateral (Cipollina & Salvatici, 2010). Posisi Indonesia sebagai ekonomi terbesar di Asia Tenggara, memiliki kepentingan strategis dalam implementasi tarif resiprokal melalui berbagai perjanjian perdagangan regional seperti *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) dan *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP). Implementasi tarif resiprokal dapat memberikan dampak signifikan bagi ekspor Indonesia, terutama dalam sektor pertanian dan manufaktur (Vollrath & Hallahan, 2011). Pada pertengahan 2025, pemberitaan internasional melaporkan kebijakan atau penyepakatan tarif baru AS terhadap Indonesia dalam kisaran 19% setelah sebelumnya dikenakan 32% yang dikaitkan dengan strategi menekan defisit AS. Walaupun rincian implementasi masih berevolusi, arah kebijakan tersebut secara prinsip meningkatkan biaya masuk bagi barang Indonesia ke pasar AS dan berpotensi memicu penyesuaian pesanan impor AS lintas pemasok (Lawder & Blenkinsop, 2025). Di luar efek harga, kebijakan tarif dan ancaman tarif meningkatkan ketidakpastian kebijakan (*policy uncertainty*) yang menahan keputusan masuk atau ekspansi pasar luar negeri oleh perusahaan, terutama perusahaan kecil-menengah yang sensitif terhadap biaya tetap ekspor (Handley & Limão, 2017).

Industri di Indonesia, khususnya sektor manufaktur dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tengah menghadapi tantangan signifikan akibat kebijakan tarif resiprokal yang diberlakukan oleh mitra dagang besar seperti Amerika Serikat. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional sangat penting, antara lain menciptakan peluang kerja, menjadi kontributor utama terhadap produk domestik bruto (PDB), serta memberikan solusi efektif bagi berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat kelas menengah dan kecil (Idayu, Husni, & Suhandi, 2021). Kondisi ini sangat menarik untuk dikaji karena dampaknya tidak hanya terbatas pada penurunan volume ekspor, tetapi juga menyangkut stabilitas perekonomian nasional, termasuk investasi, lapangan kerja, dan daya saing global. Misalnya, pada tahun 2023, nilai ekspor Indonesia ke Amerika Serikat mencapai USD 26,2 miliar atau sekitar 9,9% dari total ekspor nasional, dengan kontribusi UMKM mencapai hampir 15% (BPS, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa kebijakan tarif resiprokal berpotensi mengancam keberlangsungan usaha kecil dan menengah yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional.



Source: Kemenko Perekonomian (2024/2025 releases) & Bea Cukai (2023):
UMKM contributed ≈15.7% to Indonesia's exports in 2023.

Gambar 1. Kontribusi UMKM terhadap Eksport



Gambar 2. Eksports Indonesia

Penerapan tarif resiprokal menyebabkan kenaikan biaya produksi dan menurunkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Studi oleh (Antras & Staiger, 2012) menunjukkan bahwa perang tarif dapat menciptakan ketidakpastian tinggi dalam rantai pasok global, sehingga eksportir kecil lebih rentan karena keterbatasan sumber daya dan akses terhadap teknologi. Hal ini membuat UMKM Indonesia menghadapi tekanan ganda: menurunnya permintaan dari pasar eksternal dan meningkatnya biaya distribusi internasional. Bagi UMKM yang memiliki modal terbatas, kenaikan tarif impor oleh negara tujuan menambah beban biaya ekspor karena harga *landed cost* produk Indonesia menjadi jauh lebih mahal. Menurut (H. Tambunan, 2019) UMKM Indonesia sangat sensitif terhadap perubahan eksternal karena mayoritas beroperasi dengan efisiensi rendah, ketergantungan pada bahan baku impor, dan keterbatasan akses pembiayaan ekspor. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupaya menjembatani kesenjangan tersebut melalui peningkatan literasi dagang internasional, penyediaan akses informasi pasar alternatif, dan penyadaran terhadap strategi adaptif berbasis kolaborasi dan digitalisasi.

Salah satu tantangan utama adalah defisit perdagangan jasa dan teknologi, di mana Indonesia masih sangat bergantung pada impor bahan baku dan mesin produksi. Sekitar 74% dari industri tekstil, sektor yang paling terdampak tarif di AS masih bergantung pada impor bahan baku. Ketergantungan ini memperparah dampak tarif resiprokal karena biaya produksi meningkat, sementara margin keuntungan UMKM tetap terbatas dan mengurangi daya saing, dan memicu peralihan pasar ke pesaing seperti Vietnam atau Bangladesh.

Prioritas utama masalah ini adalah memastikan keberlangsungan UMKM sebagai pilar ekonomi Indonesia, mengingat kontribusinya mencapai 61% PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja (Tambunan, 2021). Tanpa strategi mitigasi yang jelas, UMKM akan semakin terpinggirkan dalam kompetisi global, dan ini dapat memicu efek domino berupa penurunan ekspor, pemutusan hubungan kerja, serta melemahnya stabilitas pasar modal. Oleh karena itu, perhatian serius terhadap kebijakan tarif resiprokal menjadi urgensi nasional. Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan mitra UMKM dalam menghadapi kondisi ini, seperti pemberian insentif fiskal, fasilitasi akses pembiayaan ekspor, serta program digitalisasi UMKM (Purba, 2025).

Digitalisasi UMKM melalui *e-commerce* berperan penting dalam memperluas pasar alternatif nontradisional sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada AS. Namun, langkah ini masih menghadapi kendala berupa keterbatasan infrastruktur digital, literasi teknologi, serta standar kualitas produk yang belum konsisten. Meskipun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian global, mereka menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi teknologi digital karena keterbatasan sumber daya, kesenjangan keterampilan, kurangnya kesadaran, serta kendala struktural (Kahveci, 2025). Proses digitalisasi UMKM dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk infrastruktur fisik, kapabilitas sumber daya manusia (Kuusisto, 2017, (Rachinger, Rauter, Müller, Vorraber, & Schirgi, 2019)), struktur organisasi (Kuusisto, 2017, (Rachinger et al., 2019)), perilaku pemilik atau manajer (Li, Su, Zhang, & Mao, 2018), (Rossato & Castellani, 2020), (Sousa-Zomer, Neely, & Martinez, 2020) serta kondisi eksternal seperti dinamika pasar dan kebijakan regulasi (Meier, 2021). Faktor-faktor

tersebut menunjukkan adanya tantangan sekaligus peluang bagi UMKM dalam menerapkan teknologi digital. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki tingkat keberagaman yang tinggi, yang memengaruhi proses transformasi digital mereka.

Literatur sebelumnya memberikan kerangka berpikir bahwa strategi menghadapi tarif resiprokal tidak hanya sebatas negosiasi dagang, melainkan juga peningkatan daya saing domestik. (Sundaram, 2018) menekankan bahwa negara-negara berkembang harus fokus pada peningkatan produktivitas, teknologi, dan diversifikasi pasar untuk mengurangi kerentanan akibat proteksionisme global. Oleh karena itu, studi ini menempatkan kebijakan tarif resiprokal sebagai tantangan sekaligus peluang untuk mereformasi sektor UMKM Indonesia agar lebih kompetitif dalam jangka panjang.

Situasi ini menarik karena menempatkan industri Indonesia khususnya UMKM ekspor pada persilangan antara proteksionisme global yang menaikkan biaya dan reformasi domestik. Bukti empiris internasional menyiratkan bahwa tanpa perbaikan efisiensi dan kepastian kebijakan, tarif resiprokal cenderung mengurangi kesejahteraan. Di sisi lain, Indonesia memiliki ruang untuk meredam dampak melalui fasilitasi perdagangan, perbaikan logistik, dan penguatan kapabilitas ekspor UMKM. Inilah celah kebijakan yang menjadi fokus kajian dan intervensi ke depan. Hambatan logistik dan biaya distribusi internasional di Indonesia mulai dari kepadatan pelabuhan, fragmentasi layanan, hingga persyaratan kepatuhan memperbesar dampak tarif karena menambah *landed cost* dan memperpanjang *lead time*. Tinjauan kompetisi sektor logistik Indonesia oleh (OECD, 2021) menekankan pentingnya deregulasi selektif, integrasi digital, dan pelonggaran batas kepemilikan atau *joint venture* untuk meningkatkan efisiensi layanan, yang pada gilirannya mengurangi beban biaya bagi eksportir skala kecil.

Program PkM ini berangkat dari kebutuhan nyata di lapangan, di mana sebagian besar UMKM belum memiliki kapasitas untuk membaca peluang pasar dan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat ekspansi. Literasi perdagangan internasional dan kemampuan analisis pasar menjadi aspek sosial-humaniora yang perlu diperkuat melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Melalui kegiatan sosialisasi, diskusi kelompok terarah, dan pendampingan daring, UMKM dan akademisi berkolaborasi dalam merumuskan solusi praktis menghadapi kebijakan tarif resiprokal. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bersifat akademik, tetapi juga berorientasi pada pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas dan kesadaran strategis.

Celah kebijakan yang menjadi latar belakang intervensi ini terletak pada lemahnya koordinasi antarinstansi dalam deregulasi perdagangan serta tingginya biaya logistik ekspor akibat infrastruktur dan prosedur distribusi yang belum efisien. (OECD, 2021) menekankan pentingnya deregulasi selektif dan integrasi digital dalam sistem logistik nasional agar biaya ekspor dapat ditekan. Intervensi PkM ini menempatkan penguatan kapasitas UMKM sebagai bagian dari solusi makro, melalui pendekatan edukasi dan kolaborasi lintas sektor. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan solusi adaptif dan meningkatkan kapasitas UMKM di sektor unggulan agar mampu berdaya saing dalam menghadapi perubahan kebijakan perdagangan internasional yang semakin proteksionis.

METODE

Sebagai bentuk pengabdian masyarakat, penulis terlibat dalam Webinar PkM Internasional “The International Multidisciplinary Community Service Activity (PKM OSA Batch 15)” yang diselenggarakan oleh Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (ADPI) secara daring melalui Zoom. Pada materi ini berfokus pada upaya memberikan solusi terhadap tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia akibat kebijakan tarif resiprokal, khususnya dalam hubungan dagang dengan Amerika Serikat. Program ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta kapasitas adaptif UMKM dalam menghadapi hambatan perdagangan internasional. Sasaran program ini adalah pelaku UMKM ekspor di sektor unggulan Indonesia (antara lain tekstil, produk makanan olahan, furnitur, dan kerajinan tangan) yang berpotensi terdampak oleh kebijakan tarif resiprokal. UMKM dipilih karena kontribusinya yang besar dalam ekspor nasional, namun pada saat yang sama menghadapi keterbatasan akses informasi, modal, dan strategi penetrasi pasar global.

Peserta kegiatan terdiri dari pelaku UMKM ekspor dan akademisi dosen yang berfokus pada sektor unggulan seperti tekstil, furnitur, makanan olahan, dan kerajinan tangan. Peserta dipilih karena sektor-sektor tersebut merupakan kontributor utama ekspor nonmigas Indonesia namun sangat rentan terhadap fluktuasi tarif dan ketergantungan bahan baku impor. Dengan demikian, kegiatan ini berupaya meningkatkan kapasitas, kesadaran, dan kemampuan adaptif UMKM terhadap perubahan kebijakan perdagangan internasional.

Metode pelaksanaan program PKM terdiri dari :

1. Sosialisasi: Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada UMKM mengenai dampak tarif resiprokal, peluang alternatif pasar, serta strategi manajemen biaya produksi. Materi sosialisasi mencakup

- a. Kebijakan Perdagangan Internasional Terkini,

Pemerintah Indonesia mengumumkan deregulasi impor untuk 10 kelompok komoditas strategis melalui (Kemendag, 2025). Kebijakan ini mengatur kebijakan impor yang relevan bagi UMKM, memberikan kemudahan dalam mengimpor bahan baku, bahan penolong, dan barang modal yang diperlukan untuk kegiatan usaha. UMKM yang terdaftar dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai API-U atau API-P dapat mengimpor barang untuk dipergunakan dalam proses produksi. Selain itu, UMKM yang beroperasi di Kawasan Perdagangan Bebas (KPBPB) atau Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) dapat memanfaatkan fasilitas tarif yang lebih rendah atau bebas tarif untuk barang impor. Peraturan ini juga mengatur impor barang tidak baru, yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM yang memerlukan mesin atau alat bekas. Bagi UMKM yang berfokus pada ekspor, terdapat fasilitas impor barang yang digunakan untuk memproduksi barang ekspor dengan pembebasan tarif tertentu, sehingga memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan daya saing global. Namun, UMKM harus mematuhi regulasi terkait izin impor dan dokumentasi yang diperlukan.

- b. Analisis Pasar Ekspor

Analisis pasar merupakan komponen penting dalam merumuskan strategi adaptif bagi UMKM untuk menghadapi kebijakan tarif resiprokal. Proses analisis pasar yang komprehensif mencakup penilaian terhadap pergeseran permintaan, identifikasi tujuan ekspor alternatif, serta evaluasi tingkat daya saing lintas industri. Menurut (Kotler & Keller, 2016) analisis pasar membantu perusahaan memahami struktur pasar, perilaku konsumen, serta dinamika kompetisi yang menjadi dasar bagi segmentasi dan penentuan target pasar yang efektif. Dalam konteks kenaikan tarif ekspor ke Amerika Serikat, analisis ini menjadi penting untuk mengidentifikasi pasar pengganti seperti Uni Eropa, Timur Tengah, dan Asia Timur yang memiliki struktur tarif lebih bersahabat serta permintaan tinggi terhadap produk padat karya seperti tekstil dan furniture. Dengan demikian, kemampuan UMKM dalam menganalisis perubahan pasar global secara cepat dapat menjadi faktor penentu keberhasilan mereka dalam mempertahankan daya saing ekspor di tengah tekanan proteksionisme internasional.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan analisis pasar secara sistematis mampu mengurangi risiko perdagangan melalui diversifikasi portofolio ekspor dan optimalisasi strategi harga. Penerapan alat analisis berbasis data membantu UMKM mendeteksi lebih dini perubahan permintaan pasar dan menyesuaikan keputusan rantai pasok secara tepat waktu. Selain itu, perkembangan platform perdagangan digital seperti Alibaba dan Amazon Global Selling telah mengubah cara pelaku usaha kecil melakukan analisis pasar dengan menyediakan data waktu nyata mengenai tren konsumen, tingkat daya saing produk, dan dampak biaya akibat tariff. Dalam konteks Indonesia, keterbatasan akses terhadap sistem pasar menyebabkan UMKM sulit merespons dinamika perdagangan global secara cepat. Kementerian Perdagangan menekankan pentingnya pembangunan Export Market Information System (EMIS) yang menghimpun data tarif, biaya logistik, dan persyaratan pembeli lintas pasar ekspor. Penguatan kemampuan analisis ini tidak hanya membantu UMKM mengidentifikasi pasar potensial, tetapi juga mendukung strategi nasional dalam diversifikasi ekspor dan ketahanan terhadap tarif resiprokal. Peningkatan kapasitas analitis dan strategis dalam tubuh UMKM menjadi prasyarat penting untuk move up the value chain agar mereka dapat berpartisipasi dalam segmen produksi global bernilai tambah tinggi meski menghadapi tekanan proteksionisme.

- c. Strategi Negosiasi Dagang.

Dalam menghadapi kebijakan tarif resiprokal, strategi negosiasi dagang menjadi langkah penting bagi UMKM agar tidak sekadar menjadi pihak yang pasif. Negosiasi dagang berarti bagaimana pelaku usaha dan pemerintah mencari titik tengah agar perdagangan tetap berjalan meski ada hambatan tarif. Menurut Odell (2014), keberhasilan negosiasi dagang ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha memahami posisi tawar dan kepentingan pasar mitra dagang. UMKM Indonesia,

misalnya, dapat bernegosiasi untuk mendapatkan keringanan tarif dengan cara memperkuat hubungan dagang jangka panjang, menunjukkan konsistensi kualitas produk, dan membangun kepercayaan dengan pembeli luar negeri. Pendekatan ini lebih realistis dibanding sekadar menunggu hasil diplomasi antarnegara.

Selain itu, pemerintah dapat membantu UMKM melalui pelatihan dan pendampingan negosiasi internasional agar mereka bisa memahami peraturan ekspor-impor dan memanfaatkan peluang dalam perjanjian perdagangan bebas seperti RCEP atau ASEAN. Menurut Hoekman dan Nelson (2020), partisipasi aktif dalam forum dagang regional membuat pelaku usaha kecil bisa mendapatkan informasi lebih cepat tentang perubahan tarif dan standar produk. Misalnya, UMKM tekstil dapat menegosiasikan kontrak jangka panjang dengan distributor AS untuk menekan risiko harga akibat fluktuasi tarif. Dengan cara ini, negosiasi dagang bukan hanya urusan diplomasi tingkat tinggi, tetapi menjadi keterampilan bisnis yang harus dimiliki UMKM agar bisa bertahan dan tumbuh di tengah ketidakpastian perdagangan global.

Penyadaran terhadap Permasalahan (*Awareness Building*): Melalui diskusi interaktif, pelaku UMKM dan peserta diajak untuk menyadari posisi mereka dalam rantai perdagangan global. Penyadaran ini mencakup pemahaman bahwa ketergantungan pada satu pasar (AS) meningkatkan risiko bisnis. Dengan demikian, UMKM didorong untuk melakukan diversifikasi pasar ekspor ke kawasan lain (Asia Timur, Timur Tengah, Eropa).

2. Diskusi kelompok terarah/ *Focus Group Discussion* (FGD). Metode diskusi kelompok terarah (FGD) diterapkan untuk menciptakan interaksi dua arah antara akademisi dan UMKM. FGD ini dipandu dengan sejumlah pertanyaan pemantik.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan dan jawaban

No.	Pertanyaan Pemantik	Jawaban dan Solusi (Hasil Diskusi FGD)
1	Bagaimana kebijakan tarif resiprokal Amerika Serikat memengaruhi penjualan dan volume ekspor UMKM Anda?	Sebagian besar peserta menyampaikan bahwa terjadi penurunan permintaan ekspor sebesar 10–25%, khususnya dari pembeli di AS. Dampak ini paling terasa pada UMKM tekstil dan furnitur, karena kedua sektor tersebut menghadapi kenaikan bea masuk hingga 19–32%. Solusi yang diusulkan adalah diversifikasi pasar ke kawasan Timur Tengah, Eropa Timur, dan Asia Timur. Pemerintah daerah dan asosiasi UMKM diharapkan dapat memfasilitasi business matching dengan pembeli dari kawasan nontradisional tersebut.
2	Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam mencari pasar alternatif di luar Amerika Serikat?	Peserta menyebutkan keterbatasan informasi pasar, kurangnya kemampuan riset, dan kendala bahasa serta logistik sebagai penghambat utama. Akademisi memberikan solusi berupa penguatan literasi ekspor, pelatihan penggunaan <i>Export Market Information System</i> (EMIS), serta kolaborasi dengan universitas untuk menyediakan data pasar dan pendampingan digital marketing ekspor.
3	Bagaimana strategi Anda dalam mengelola biaya produksi yang meningkat akibat kenaikan tarif impor bahan baku?	Sebagian besar UMKM mengaku biaya bahan baku meningkat hingga 15–20%. Solusi yang muncul adalah penerapan efisiensi produksi, penggunaan bahan substitusi lokal, serta kemitraan antar-UMKM untuk pembelian bahan baku secara kolektif. Akademisi juga mendorong peserta memanfaatkan program KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) dan fasilitas bea masuk ditanggung pemerintah.
4	Bagaimana pemanfaatan teknologi digital dapat membantu UMKM bertahan di tengah tekanan tarif ini?	Peserta menyadari pentingnya digitalisasi, namun masih menghadapi kendala keterampilan. Solusinya adalah pelatihan e-commerce lintas negara, pembuatan toko daring di platform global (seperti Alibaba, Amazon, Etsy), dan penggunaan media sosial untuk promosi ekspor. Diskusi juga menekankan pentingnya digital branding untuk menembus pasar nontradisional tanpa kehadiran fisik.
5	Sejauh mana kolaborasi antara akademisi, asosiasi UMKM, dan pemerintah daerah dapat memperkuat daya saing ekspor UMKM?	Peserta mengakui bahwa kolaborasi masih lemah dan bersifat sporadis. Hasil diskusi menyepakati perlunya forum tetap antara UMKM dan akademisi untuk memantau tren tarif, serta penyusunan policy brief berbasis riset yang dapat diajukan ke pemerintah. Bentuk kolaborasi konkret yang diusulkan adalah program pendampingan berkelanjutan, inkubator ekspor universitas, serta kegiatan <i>joint research</i> mengenai daya saing produk.

Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui tanya jawab interaktif dan observasi partisipatif selama kegiatan. Hasilnya menunjukkan bahwa 90% peserta mampu menjelaskan kembali konsep tarif resiproskal dan dampaknya terhadap usaha dan sekitar 50% peserta berkomitmen melakukan diversifikasi pasar ekspor dalam waktu satu tahun. Indikator keberhasilan metode mencakup: Sosialisasi: peningkatan pemahaman UMKM terhadap kebijakan perdagangan dan biaya ekspor. FGD: munculnya rencana tindak lanjut kolaboratif antarpeserta. Penysadaran (Awareness Building): peningkatan komitmen untuk diversifikasi pasar dan digitalisasi usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan sosialisasi yang dilaksanakan ditemukan bahwa hambatan utama UMKM ekspor adalah kenaikan harga akibat tarif tambahan, keterbatasan akses informasi pasar alternatif, serta rendahnya daya saing produk di pasar global. Beberapa strategi, antara lain 1. Diversifikasi pasar ekspor (ke Timur Tengah, Afrika, dan Asia Timur). Sebelumnya, sebagian besar peserta menganggap pasar AS sebagai satu-satunya tujuan utama ekspor. Salah satu peserta menyampaikan, *“Sebelumnya kami hanya melihat AS sebagai pasar utama. Setelah sesi analisis pasar, kami sadar bahwa pasar Uni Eropa memiliki tarif yang lebih rendah dan permintaan tinggi untuk produk tekstil ramah lingkungan.”* Hal ini menunjukkan adanya peningkatan literasi dagang internasional dan kesadaran strategis untuk melakukan diversifikasi pasar ekspor. 2. Peningkatan kualitas produk melalui sertifikasi internasional, serta pemanfaatan platform digital untuk perdagangan lintas negara. Luaran utama dari kegiatan ini meliputi : 1) Pelaku UMKM dan peserta memperoleh keterampilan baru dalam membaca tren pasar dan memahami regulasi perdagangan internasional. Hal ini selaras dengan penelitian (Tambunan, 2021) yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia UMKM untuk meningkatkan daya saing global. 2) Terbentuk jaringan komunikasi antara peserta dengan asosiasi dosen dan lembaga terkait, sehingga membuka peluang kolaborasi di masa depan.

Program sosialisasi ini memiliki potensi berkelanjutan dalam beberapa aspek : 1) Pengembangan Bisnis UMKM. Hasil sosialisasi dapat menjadi dasar bagi pengembangan inkubator bisnis berbasis universitas yang mendampingi UMKM dalam ekspor. 2) Integrasi dengan Kebijakan Pemerintah dengan merekomendasi program yang dapat disinergikan dengan kebijakan pemerintah seperti program *UMKM Go Global*, sehingga UMKM memiliki akses lebih besar ke fasilitas pembiayaan dan promosi ekspor (Surya et al., 2021). Selain itu, memperkuat kolaborasi dengan pemerintah serta memperluas keterlibatan lebih banyak pelaku UMKM akan berkontribusi pada peningkatan skala dan keberlanjutan program pemberdayaan berbasis digital (Prasetyo, Mahmudah, & Meilandri, 2025). 3) Perlunya strategi berlapis: diplomasi dagang aktif, fasilitasi perdagangan dan pembenahan logistik (untuk menurunkan biaya struktural), serta dorongan transformasi industri terutama teknologi proses atau produk agar produsen domestik mampu beralih pasar dan *move up the value chain* (Bown, 2021). *Move up the value chain*, adalah beralih ke produksi dengan desain sendiri, merek sendiri, atau inovasi teknologi, sehingga mendapatkan margin keuntungan lebih besar dan daya tawar lebih tinggi. Sebagai contoh di sektor tekstil dan pakaian, awalnya Indonesia hanya memproduksi pakaian untuk merek asing (*cut, make, trim*). Jika naik rantai nilai, Indonesia bisa membuat desain sendiri, memproduksi dengan teknologi otomatisasi, bahkan membangun merek global (Lee & Gereffi, 2015). Hasil kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran serta kemampuan UMKM menghadapi tantangan global terutama saat ini pada tarif resiproskal.

Selain itu, kolaborasi antar peserta dan akademisi menjadi salah satu luaran utama kegiatan ini. Terbentuk jaringan komunikasi antara UMKM, dosen, dan lembaga pendukung ekspor seperti ADPI dan asosiasi perdagangan. Kolaborasi ini menghasilkan rencana tindak lanjut berupa: Pendampingan sertifikasi produk (seperti ISO dan HACCP) oleh universitas mitra, Pelatihan lanjutan e-commerce global melalui platform Alibaba Export Gateway, dan Penyusunan policy brief bersama ADPI mengenai rekomendasi strategi deregulasi dan digitalisasi UMKM.

Hasil FGD juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar dan mengurangi ketergantungan pada perantara ekspor. Beberapa peserta bahkan mulai menggunakan platform seperti Shopee Global dan Amazon untuk memperluas akses pasar. Temuan ini mendukung pandangan (Prasetyo et al., 2025) bahwa digitalisasi berperan penting dalam memperkuat ketahanan UMKM terhadap guncangan eksternal seperti tarif dan disrupsi rantai pasok.

Program sosialisasi ini memiliki potensi keberlanjutan yang kuat. Pertama, kegiatan ini menjadi dasar bagi pengembangan inkubator bisnis berbasis universitas yang mendampingi UMKM dalam riset pasar dan sertifikasi ekspor. Kedua, hasil PkM ini dapat diintegrasikan dengan program pemerintah seperti UMKM

Go Global, memperluas akses pembiayaan dan promosi internasional (Surya et al., 2021). Ketiga, sinergi antara akademisi, asosiasi UMKM, dan pemerintah daerah diharapkan mampu memperbesar skala dan memperkuat keberlanjutan upaya pemberdayaan berbasis digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi dagang, diversifikasi pasar, dan digitalisasi usaha bukan hanya konsep teoritis, tetapi strategi adaptif yang dapat diimplementasikan langsung oleh UMKM. Dengan dukungan regulasi yang kondusif dan kolaborasi lintas sektor, UMKM Indonesia berpotensi untuk naik kelas secara global, memperkuat daya saing ekspor nasional, dan bertahan menghadapi tantangan tarif resiprokal.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan melalui sosialisasi pada tanggal 17–19 Mei 2025 diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai dampak tarif resiprokal terhadap kinerja ekspor. Tujuan program untuk memberikan penyadaran, solusi adaptif, serta peningkatan kapasitas UMKM dalam menghadapi hambatan perdagangan internasional dapat tercapai dengan baik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman UMKM terhadap isu tarif meningkat dan jejaring kolaboratif antar pelaku usaha serta asosiasi akademisi dapat dimulai dibangun.

Dengan demikian, program ini dapat disimpulkan sebagai langkah strategis untuk memperkuat daya saing UMKM Indonesia dalam menghadapi tantangan perdagangan global yang semakin proteksionis, sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pencapaian target UMKM *Go Global*. Berdasarkan hasil kegiatan dan pembahasan, beberapa rekomendasi strategis yang dapat dilakukan untuk memperkuat UMKM dalam menghadapi dampak tarif resiprokal adalah sebagai berikut:

1.) Peningkatan Kapasitas Ekspor UMKM.

UMKM perlu diberikan pelatihan berkelanjutan terkait standar kualitas produk, sertifikasi internasional, dan pemanfaatan *e-commerce global* agar dapat mengurangi ketergantungan pada satu pasar tujuan ekspor.

2.) Diversifikasi Pasar dan Produk

Pemerintah bersama asosiasi perlu mendorong UMKM untuk memperluas pasar ekspor ke negara-negara nontradisional melalui program promosi dagang, pameran internasional, dan kerja sama bilateral.

3.) Dukungan Kebijakan Pemerintah

Perlu adanya insentif fiskal, fasilitasi pembiayaan, serta simplifikasi prosedur ekspor bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di tengah ketatnya kebijakan perdagangan global.

4.) Penguatan Kolaborasi Akademisi, Asosiasi, dan UMKM

Kolaborasi dengan organisasi seperti perguruan tinggi perlu diperluas guna memperkuat riset terapan, pendampingan, dan penyusunan rekomendasi kebijakan berbasis bukti (*evidence-based policy*).

5.) Digitalisasi dan Inovasi Produk

Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, distribusi, dan manajemen rantai pasok harus menjadi prioritas agar UMKM mampu menekan biaya produksi sekaligus meningkatkan daya saing di pasar internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (ADPI) yang telah menjadi penyelenggara kegiatan *The International Multidisciplinary Community Service Activity* serta memberikan dukungan terhadap pelaksanaan program ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh panitia dan peserta yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi sehingga program pengabdian ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Antras, P., & Staiger, R. (2012). Offshoring and the Role of Trade Agreements. *American Economic Review*, 102(7), 3140–3183.
- Bown, C. P. (2021). The US–China trade war and Phase One agreement. *Journal of Policy Modeling*, 43(4), 805–843. doi: 10.1016/j.jpolmod.2021.02.009
- BPS. (2024). *EKSPOR 2023* (Vol. 19). Badan Pusat Statistik Indonesia. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/07/05/aacd81374f3ae5d241c14598/statistik-perdagangan-luar-negeri-indonesia-ekspor--2023--buku-i.html>
- Cipollina, M., & Salvatici, L. (2010). Reciprocal Trade Agreements in Gravity Models: A Meta-Analysis. *Review of International Economics*, 18(1), 63–80. doi: 10.1111/j.1467-9396.2009.00877.x
- H. Tambunan, T. T. (2019). Indonesian Small Business and Their Acces to Financing. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 02(03), 88–105. doi: 10.35409/IJBMER.2019.88105
- Handley, K., & Limão, N. (2017). Policy Uncertainty, Trade, and Welfare: Theory and Evidence for China and the United States. *American Economic Review*, 107(9), 2731–2783. doi: 10.1257/aer.20141419
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. doi: 10.35906/jm001.v7i1.729
- Kahveci, E. (2025). Digital Transformation in SMEs: Enablers, Interconnections, and a Framework for Sustainable Competitive Advantage. *Administrative Sciences*, 15(3), 107. doi: 10.3390/admsci15030107
- Kemendag. (2025). Permendag. Retrieved October 22, 2025, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/323106/permendag-no-16-tahun-2025>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (Sixth edition). Boston Munich: Pearson.
- Lawder, D., & Blenkinsop, P. (2025, July 16). Trump sets 19% tariff on Indonesia goods in latest deal, EU readies retaliation. *Reuters*. Retrieved from <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/us-planes-cars-drinks-eu-list-potential-tariffs-2025-07-15/>
- Lee, J., & Gereffi, G. (2015). Global value chains, rising power firms and economic and social upgrading. *Critical Perspectives on International Business*, 11(3/4), 319–339. doi: 10.1108/cpoib-03-2014-0018
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J.-Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157. doi: 10.1111/isj.12153
- Meier, A. (2021). Systematic Review of the Literature on SME Digitalization: Multi-sided Pressure on Existing SMEs. In D. R. A. Schallmo & J. Tidd (Eds.), *Digitalization: Approaches, Case Studies, and Tools for Strategy, Transformation and Implementation* (pp. 257–276). Cham: Springer International Publishing. doi: 10.1007/978-3-030-69380-0_14
- OECD. (2021). *OECD Competition Assessment Reviews: Logistics sector in Indonesia*. OECD. doi: 10.1787/e0186eb7-en
- Prasetyo, K., Mahmudah, S. M., & Meilandri, R. (2025). Memberdayakan UMKM Berbasis Komunitas melalui Konten Digital Inklusif: Program Pelatihan Kreatif untuk Social Media Engagement. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 338–346. doi: 10.55123/abdisoshum.v4i3.6262
- Purba, H. V. (2025). Assessing the Impact of US Reciprocal Tariffs on Indonesian Trade Balance and Economic Growth. *International Journal of Advanced Research*, 13(05), 656–666. doi: 10.21474/IJAR01/20942
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143–1160. doi: 10.1108/JMTM-01-2018-0020
- Rossato, C., & Castellani, P. (2020). The contribution of digitalisation to business longevity from a competitiveness perspective. *The TQM Journal*, 32(4), 617–645. doi: 10.1108/TQM-02-2020-0032
- Sousa-Zomer, T. T., Neely, A., & Martinez, V. (2020). Digital transforming capability and performance: A microfoundational perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 40(7–8), 1095–1128. doi: 10.1108/IJOPM-06-2019-0444
- Sundaram, A. (2018). *Richard Baldwin: The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization* [SSRN Scholarly Paper]. Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from <https://papers.ssrn.com/abstract=4004876>

- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic Growth, Increasing Productivity of SMEs, and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 20. doi: 10.3390/joitmc7010020
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM Di Indonesia Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media.
- Vollrath, T. L., & Hallahan, C. B. (2011). Reciprocal Trade Agreements: Impacts on Bilateral Trade Expansion and Contraction in the World Agricultural Marketplace. *Economic Research Report*. Retrieved from <https://ideas.repec.org/p/ags/uersrr/102755.html>
- Wonnacott, P., & Wonnacott, R. (2005). What's the Point of Reciprocal Trade Negotiations? Exports, Imports, and Gains from Trade. *The World Economy*, 28(1), 1–20. doi: 10.1111/j.1467-9701.2005.00672.x