

AKSELERASI PEMULIHAN EKONOMI MELALUI PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF ENTERPRENEURSHIP

Gunartin

Universitas Pamulang

Email : gunartin9472@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan tulisan ini untuk menggali peran keunggulan kompetitif menuju akselerasi pemulihan ekonomi. Data bersumber dari data empiris artikel sebelumnya dan sumber pendukung informasi lain terkait dengan tujuan tulisan. Sumber data empiris menunjukkan bahwa strategi keunggulan kompetitif entrepreneurship memiliki peran yang sangat penting dalam akselerasi pemulihan ekonomi. Data empiris juga membuktikan bahwa terdapat faktor yang menentukan akselerasi pemulihan ekonomi seperti kemitraan, hubungan pelanggan, manajemen proses bisnis, serta berinvestasi dalam sumber daya informasi dan komunikasi. Peran pemerintah juga sangat dominan dalam proses menuju akselerasi pemulihan ekonomi melalui berbagai program dalam menggerakkan tumbuh kembangnya entrepreneurship, karena entrepreneurship mampu bertahan dalam kondisi ekonomi apapun dan berkontribusi penuh pada pertumbuhan ekonomi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif entrepreneurship dan peran pemerintah memiliki andil besar dalam akselerasi pemulihan ekonomi.

Kata kunci : *pemulihan ekonomi*, keunggulan kompetitif, entrepreneurship

ABSTRACT

The purpose of this paper is to explore the role of competitive advantage in accelerating economic recovery. The data comes from empirical data from previous articles and other supporting sources of information related to the purpose of the writing. Empirical data sources show that the competitive advantage strategy of entrepreneurship has a very important role in accelerating economic recovery. Empirical data also proves that there are factors that determine the acceleration of economic recovery such as partnerships, customer relations, business process management, and investing in information and communication resources. The government's role is also very dominant in the process towards accelerating economic recovery through various programs in driving the growth and development of entrepreneurship, because entrepreneurship is able to survive in any economic conditions and fully contribute to economic growth. So it can be concluded that the competitive advantage of entrepreneurship and the role of the government have a big role in accelerating economic recovery

Keywords: *economic recovery, competitive advantage, entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Dalam pembangunan ekonomi negara-negara berkembang entrepreneurship memiliki peran penting. Akselerasi pemulihan ekonomi merupakan strategi yang harus diimplementasikan untuk pertumbuhan dan pengembangan entrepreneurship melalui unsur utamanya, yaitu: keunggulan kompetitif, pengetahuan manajemen dan pengalaman manajemen (Chelliah et al., 2010). Keunggulan kompetitif di lingkungan pasar global menjadi strategi akselerasi pemulihan ekonomi. Oleh karenanya diharapkan

enterpreneurship dapat melakukan perannya sehingga tujuan akselerasi pemulihan ekonomi dapat segera diwujudkan. Untuk pertumbuhan ekonomi dengan cepat perlu mempertimbangkan keunggulan kompetitif sebagai strategi awal dan cepat dilakukan karena pasar nasional sudah sangat kompetitif dan terlalu sempit untuk tumbuh dan berkembang (Mika Westerlund, 2020). Selain itu keunggulan kompetitif juga merupakan strategi penentu kinerja yang akan menambah skala operasional enterpreneurship. Enterpreneurship berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara merupakan faktor penting pembuatan kebijakan baru di masing-masing negara. Di beberapa negara khususnya negara berkembang enterpreneurship menjadi pilar ekonomi karena perannya dalam menyumbang PDB sangat besar melalui kontribusinya pada penyediaan lapangan pekerjaan, pemberdayaan sumber daya ekonomi, menggerakkan iklim investasi, dan menyumbang pendapatan nasional. Enterpreneurship juga memiliki andil besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, sehingga berkembangnya enterpreneurship menjadi indikator tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ketahanan enterpreneurship dalam berbagai kondisi ekonomi membuktikan diri berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Namun untuk terus bertahan dalam gelombang ekonomi arus keras sudah seharusnya Indonesia mampu berdaya saing dengan negara lain, meningkatkan potensi keunggulan kompetitif sehingga berdaya saing masuk pasar global. Indonesia dengan segala sumber daya ekonomi yang dimiliki harus mampu menciptakan strategi untuk menghasilkan kebijakan yang sesuai dengan skala global, kondisi pasar dan kompetensi (Sari & Yasa, 2016). Namun seperti negara berkembang lainnya banyak faktor yang mempengaruhi enterpreneurship ini kurang berdaya saing di pasar internasional. Perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan yang ketat membuat pelaku enterpreneurship harus bekerja lebih keras untuk mampu bertahan dan berdaya saing (Svante, 2011)

Untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0 di berbagai negara berkembang proses industrialisasi dan ekspor, enterpreneurship telah berkembang dan terlibat dalam komunitas terbesar elemen industri dan berkontribusi pada pertumbuhan industri manufaktur dan penyediaan lapangan kerja (Cahyadi, 2015). Program pemerintah yang dicanangkan untuk pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan merupakan bentuk implementasi perkembangan enterpreneurship sebagai timbal baliknya enterpreneurship berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Kontribusi enterpreneurship juga ditunjukkan dengan penciptaan lapangan kerja, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan permintaan pasar, penerapan teknologi yang berdampak pada pertumbuhan pendapatan dan pembangunan daerah (Gunartin, 2017). enterpreneurship dengan segala keterbatasannya, hal tersebut merupakan pencapaian yang luar biasa.

Harus diakui enterpreneurship di Indonesia dan negara berkembang lainnya, memiliki peran sebagai penggerak pertumbuhan ekspor dan perkembangan industri manufaktur. Keaktifan enterpreneurship dalam berpartisipasi terhadap perdagangan ekspor membuktikan enterpreneurship telah mengalami perkembangan yang pesat di pasar internasional. Untuk itu enterpreneurship harus memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bersaing di pasar internasional dengan melakukan peningkatan kualitas produk, ketepatan pengiriman dan harga yang bersaing (Cahyadi, 2015). Juga diungkapkan bahwa menjadikan enterpreneurship sebagai usaha yang patut diperhitungkan di pasar global merupakan peran dari keunggulan kompetitif, meskipun internasionalisasi

entrepreneurship banyak permasalahan yang menghambat seperti kurangnya pengetahuan pasar internasional, terkendala kurangnya informasi pasar potensial, terbatasnya sumber daya manusia dan lambatnya proses penyesuaian dengan perkembangan teknologi.

Proses akselerasi harus dimulai dari entrepreneurship yang berorientasi pasar luar negeri sebab jika tidak, maka entrepreneurship tidak memiliki daya juang untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar global. Melihat prosesnya yang rumit dan berisiko, perlu dilakukan perbaikan kinerja internal entrepreneurship melalui peningkatan kinerja keuangan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Miminnya modal keuangan yang dimiliki entrepreneurship menjadi salah satu faktor, mengapa selama ini internasionalisasi entrepreneurship baru dapat melakukan kegiatan ekspor, Dengan berbagai permasalahan yang dihadapi, sangat penting bagi entrepreneurship untuk melakukan strategi khusus dan tepat untuk dapat melakukan internasionalisasi (Roida et al., 2010) dimana strategi internasionalisasi lebih mengutamakan pada pengetahuan menentukan pasar dan jaringan serta sumber daya yang dimiliki. Strategi internasionalisasi juga perlu memperhatikan aspek kepribadian dalam capaian kinerja entrepreneurship agar dapat meningkatkan nilai ekspor berkelanjutan.

Tentu banyak faktor yang mempengaruhi akselerasi entrepreneurship, terutama negara-negara yang sedang berkembang maupun negara berkembang seperti di Indonesia. Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan memberikan gambaran bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh pada internasionalisasi entrepreneurship. Penelitian (Afsharhasemi et al., 2013) yang dihasilkan menunjukkan bahwa orientasi pasar dan keunggulan kompetitif kurang mempengaruhi akselerasi pertumbuhan ekonomi. Sedangkan menurut hasil penelitian (Javalgi et al., 2011) bahwa orientasi pasar dan keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif terhadap akselerasi pertumbuhan ekonomi. Orientasi pasar pada entrepreneurship merupakan respon berkelanjutan atas keinginan dan kebutuhan pelanggan agar dapat mendukung pengembangan strategi pada penciptaan nilai pelanggan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan manajemen puncak untuk memahami proses mengubah kompetensi menjadi peluang. Oleh karenanya, penting bagi entrepreneurship untuk memanfaatkan keunggulan kompetitif sebagai proses pengambilan keputusan masuk pasar internasional.

Keunggulan kompetitif berkembang melebihi dari biaya produksi untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan. Dihasilkan oleh peneliti terdahulu bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat akselerasi pemulihan ekonomi (Afsharhasemi et al., 2013), juga dinyatakan bahwa strategi akselerasi pemulihan ekonomi mampu mencapai keunggulan kompetitif pada kinerja ekspor. Hal ini juga didukung oleh pernyataan tentang keunggulan kompetitif bahwa daya saing nasional kurang bergantung pada keseluruhan ekonomi tetapi pada sektor industri tertentu, dan negara-negara yang mempunyai kompetensi tersebut akan berpotensi memperoleh keunggulan di pasar global (Javalgi et al., 2011).

Berdasarkan kondisi tersebut, dimana meskipun berpotensi tumbuh kuat di pasar global, perkembangan entrepreneurship Indonesia menuju akselerasi pemulihan ekonomi relatif lambat karena banyak faktor yang menjadi kendala terutama faktor sumber daya, juga dikarenakan ukuran dan kemampuan entrepreneurship Indonesia berusaha menghadapi persaingan global masih sangat lemah. Belum banyak pengetahuan tentang usaha mempersiapkan entrepreneurship menghadapi pasar global untuk berdaya saing.

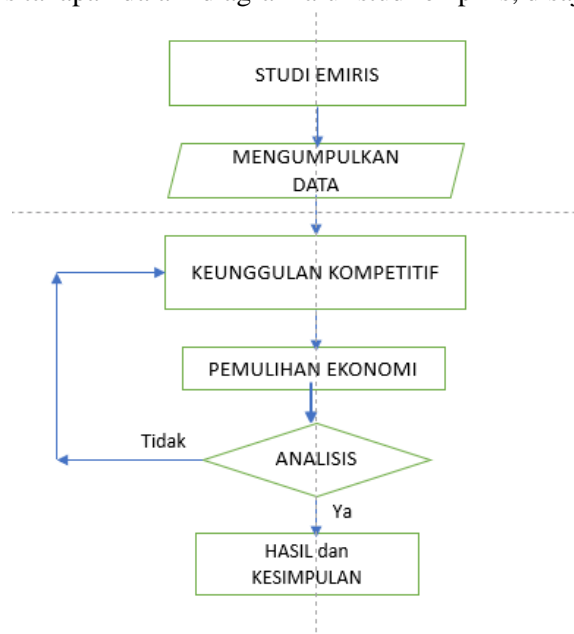
Oleh sebab itu, tulisan ini merumuskan permasalahan bagaimana peran keunggulan kompetitif menuju akselerasi pemulihan ekonomi.

METODOLOGI

Tulisan ini di desain menggunakan metode review literatur, yang sumber datanya berdasarkan studi empiris guna mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk mendukung kajian tulisan. Informasi yang diperoleh dari pengumpulan data ditelaah mendalam serta dianalisa untuk memperoleh pemahaman lebih sehingga dapat mengintrepretasikan dan menyimpulkan keunggulan kompetitif menuju akselerasi pemulihan ekonomi. Snyder (2019) mengatakan literature review merupakan metodologi penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengambil intisari dari penelitian sebelumnya serta menganalisis beberapa overview para ahli yang tertulis dalam teks.

Data dikumpulkan dengan cara mengidentifikasi artikel terkait dari jurnal internasional, internasional bereputasi dan nasional terakreditasi sebagai bahan rujukan sekaligus sumber data. Setelah mengumpulkan dan mengidentifikasi artikel dibaca, dikaji, direduksi dan diambil intisarinya dari tema yang relevan dengan tulisan yang dibuat. Artikel yang dijadikan sumber data sekaligus rujukan difokuskan pada artikel yang dipublikasikan pada jurnal yang terbit 5 tahun terakhir, namun apabila terdapat data atau sumber informasi terkait tema tulisan yang relevan yang belum mengalami perubahan maka akan diperluas pada artikel yang publikasi 10 tahun terakhir. Secara sistematis studi literatur merupakan metode untuk mencari referensi teori dan empiris yang relevan dengan tema permasalahan yang ditetapkan melalui buku, artikel jurnal, laporan penelitian dan situs-situs di internet, untuk dapat direfleksikan menjadi artikel yang sesuai dengan perumusan masalah dengan tujuan untuk mengungkapkan peran keunggulan kompetitif dalam pemulihan ekonomi khususnya pasca Pandemi Covid-19. Jadi dokumen pada tulisan ini merupakan penunjang dan bukti dukung informasi terkait akselerasi pemulihan ekonomi.

Secara sistematis tahapan dalam diagram alur studi empiris, disajikan pada Gambar 1



Gambar 1: Diagram alur Review literatur

Pada gambar diagram tersebut menunjukkan bahwa pada artikel ini digunakan 5 tahapan yaitu: 1) studi empiris; 2) mengumpulkan data, 3) mencari literatur terkait keunggulan kompetitif, 4) mengevaluasi data pemulihan ekonomi, 5) menganalisa dan menginterpretasikan, dan 6). menyimpulkan dan memberi saran. Sistematis *literatur review* dapat dijabarkan lagi sebagai berikut:

1. Review literatur merupakan serangkaian kegiatan dalam pengumpulan data empiris, melalui membaca dan mengelola artikel terdahulu
2. Mencari artikel terdahulu dan mengumpulkan data, dimana data bersumber dari jurnal berupa artikel ilmiah yang dipublikasi pada jurnal internasional bereputasi maupun jurnal nasional terakreditasi. Adapun tahapan pada pengumpulan data sebagai berikut:
 - a. Menentukan topik penelitian
 - b. Merumuskan permasalahan secara sistematis dan jelas
 - c. Mencari dan menentukan artikel yang relevan dengan topik penelitian
 - d. Memperoleh *overview* topik penelitian
 - e. Mencari dan menentukan sumber-sumber penelitian yang mendukung tema artikel
3. Mengevaluasi Data
 - a. Menelaah kontribusi pada tema yang dibahas
 - b. Menentukan sumber data yang relevan untuk mendukung dalam bentuk data kualitatif, data kuantitatif atau kombinasi keduanya.
4. Menganalisa dan Mempresentasikan. Dalam hal ini
 - a. Menetapkan dan mengkaji artikel
 - b. Menyajikan hasil studi empiris
5. Menyimpulkan dan Memberi Saran

Jadi secara sederhana pada artikel ini, langkah pertama dengan melakukan penetapan tema, penelusuran artikel terkait dari artikel jurnal internasional bereputasi, jurnal internasional maupun jurnal nasional terakreditasi untuk diklasifikasikan dan diidentifikasi sehingga mendapatkan artikel jurnal yang relevan. Kemudian dibaca dengan seksama dan ditabelkan sebagai cara mudah menelusuri sumber data dan rujukan, serta dilakukan kajian dari berbagai aspek seperti tujuan, metodologi yang digunakan, dan hasil penelitian, kemudian dianalisa dan diinterpretasikan untuk ditarik kesimpulan serta disajikan dalam artikel baru.

PENELITIAN TERDAHULU

Sumber data sebagai rujukan atau acuan penulis untuk dianalisis merupakan sumber hasil penelitian sebelumnya.

Tabel. Penelitian Terdahulu

Tahun	Nama penulis, judul	Temuan dan Hasil
2013	Afsharghasemi, A., Zain, M., Sambasivan, M., & Ng Siew Imm, S. Market Orientation, Government Regulation, Competitive Advantage and Internationalization of SMEs	Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan menjadi faktor moderasi keunggulan kompetitif untuk entrepreneurship, namun pengetahuan dan pengalaman berdaya saing secara internasional memiliki pengaruh besar
2015	Cahyadi I, Tantangan Internasional entrepreneurship di Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN	Hasil penelitian ditemukan bahwa berbagai dukungan pemerintah belum mampu mendukung keunggulan kompetitif entrepreneurship Indonesia secara maksimal.

2010	Chelliah, S., Sulaiman, M., & Pandian, S. The Determinants of Internationalization of Small and Medium Enterprises (SMEs): A Case in Malaysia	Temuan menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif, sikap manajemen dan pengetahuan dan pengalaman internasional tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan pemulihan ekonomi
2011	Javalgi, R. (Raj) G., Gross, A. C., Joseph, W. B., & Granot, E. Assessing competitive advantage of emerging markets in knowledge intensive business services.	Hasil analisis menunjukkan bahwa sementara pasar negara berkembang utama sedang membangun keunggulan kompetitif yang berfokus pada layanan bisnis yang padat pengetahuan. Jelaslah bahwa negara-negara berkembang utama yang terkemuka belum mencapai prioritas dengan negara-negara industri maju.
2010	Roida, H. Y., Sunarjanto, N. A., Sunarjanto, N. A., Jayaprana, W., & Jayaprana, W. Internasionalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Ditinjau Dari Tipe Kepemilikan: Studi Empiris Di Jawa Timur	Hasil penelitian menunjukan kapasitas untuk mendapatkan akses pasar adalah pertimbangan yang paling penting berdasarkan jenis kepemilikan entrepreneurship. Akibatnya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari jenis kepemilikan terhadap strategi keunggulan kompetitif. Keputusan sebagian besar dipengaruhi oleh variabel kontrol yaitu pilihan sektor masing-masing.
2016	Sari, N. N. M. P., & Yasa, N. N. K. (2016). Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Orientasi Pasar dengan Internasionalisasi entrepreneurship Mebel Kabupaten Badung	hasil penelitian yang menunjukkan bila orientasi pasar secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif dengan pemulihan ekonomi secara positif dan signifikan berpengaruh, terdapat hubungan antara orientasi pasar dan keunggulan kompetitif signifikan mampu memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap internasionalisasi.
2011	Svante, A. International entrepreneurship, born globals and the theory of effectuation	Studi ini menunjukkan bagaimana perusahaan global yang lahir dapat memasuki banyak pasar dalam waktu singkat, dengan bekerja sama dengan mitra jaringan lokal. Pengetahuan dan jaringan para pendiri sebelumnya penting untuk memahami ekspansi internasional yang cepat. Teori efektuasi berfokus pada kemampuan wirausahawan untuk menciptakan peluang bersama dengan mitra jaringan dan merupakan alat yang berguna untuk memahami perkembangan di perusahaan global yang lahir.
2020	Mika Westerlund. Digitalization, Internationalization and Scaling of Online SMEs. Technology Innovation Management Review, 10(4), 48–57.	Hasilnya menunjukkan bahwa entrepreneurship online yang berorientasi internasional berbeda dari rekan-rekan mereka yang berorientasi domestik, dalam

hal tingkat yang lebih tinggi dalam 1) penggunaan sistem informasi, 2) luasnya jaringan nilai, 3) penekanan pada sumber daya internal utama, dan, 4) menangani masalah keamanan siber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan manajemen puncak untuk memahami proses dimana kemampuan entrepreneurship diubah menjadi kompetensi inti untuk membuat peluang bagi entrepreneurship tersebut. Orientasi pasar pada entrepreneurship merupakan respon berkelanjutan terhadap keinginan dan kebutuhan dari pelanggan sehingga hal ini dapat menjadi fasilitas mengembangkan strategi yang difokuskan pada penciptaan nilai pelanggan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Pengetahuan tentang pasar internasional dari pengalaman bisnis sangat membantu proses akselerasi pemulihan ekonomi. Dari temuan penelitian yang dilakukan sebelumnya di berbagai negara menunjukkan bahwa pemulihan ekonomi di beberapa berkembang pada umumnya mengalami permasalahan yang sama seperti lingkungan politik yang tidak kondusif, infrastruktur yang kurang memadai, standar hidup yang rendah, sistem pendidikan yang buruk, pertumbuhan ekonomi yang lambat, iklim investasi yang tidak stabil dan sistem hukum yang lemah (Chandra et al., 2021). Ditambah dengan mekanisme pemerintah untuk mendorong dan menggerakkan entrepreneurship tidak merata, yang menjadi salah satu faktor hambatan untuk akselerasi pemulihan ekonomi pasca Pandemi Covid-19. Selain itu juga para pelaku entrepreneurship mengalami kendala dalam memperoleh informasi akselerasi serta belum memiliki kompetensi untuk memperdagangkan produknya ke pasar internasional.

Pada era globalisasi ini, peran keunggulan kompetitif entrepreneurship pada akselerasi pemulihan ekonomi merupakan kebutuhan bagi ekonomi dunia, bukan hanya karena besarnya kontribusi entrepreneurship pada penyediaan lapangan kerja dan penyumbang pendapatan nasional, namun keunggulan kompetitif merupakan strategi ekspansi dan pertumbuhan entrepreneurship untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam jangka panjang (Singh dkk., 2013). Hal ini menjadi sangat penting untuk pertumbuhan entrepreneurship yang merupakan pilar ekonomi pembangunan berkelanjutan. Melalui peningkatan digitalisasi ekonomi global berpotensi bagi entrepreneurship untuk internasionalisasi, dimana digitalisasi sebagai strategi mengubah bisnis melalui pemberian opsi keuntungan dan menciptakan nilai tambah. Internasionalisasi melalui digitalisasi dapat menggunakan berbagai teknologi digital seperti penggunaan internet, jaringan media sosial, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Peran sumber daya teknologi sangat penting untuk mode bisnis dan keunggulan kompetitif (Mika Westerlund, 2020). Digitalisasi berdampak pada proses akselerasi juga dikemukakan oleh (Lee et al., 2019) bahwa digitalisasi mampu mempercepat keunggulan kompetitif pada entrepreneurship yang berkompeten pada bisnis internasional. Hal ini dikarenakan entrepreneurship masuk pasar internasional lebih cepat akibat digitalisasi.

Perkembangan teknologi digital mampu memfasilitasi perolehan informasi pasar internasional lebih cepat dan penggunaan digitalisasi berpotensi mempercepat proses pemulihan ekonomi. Bagi pelaku entrepreneurship sangat penting untuk memahami peran

digitalisasi dan efeknya terhadap kinerja internasional yang lebih baik. Melalui digitalisasi konsumen dapat menjangkau penjual di seluruh dunia tanpa batas ruang dan waktu. Oleh karenanya digitalisasi berpotensi meningkatkan ekspor sebagai strategi berkelanjutan, meskipun tidak semua entrepreneurship memiliki kemampuan melakukan keunggulan kompetitif lebih cepat. Dalam hal ini kompetensi bisnis dalam keunggulan kompetitif menjadi persyaratan mutlak berhasil melakukan internasionalisasi.

Di Indonesia, pemerintah secara berkelanjutan melakukan perbaikan dan pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 yang ditunjukkan dengan meningkatnya tingkat pertumbuhan ekonomi di pertengahan 2021 yang mencapai 7,07% (siaran pers, 28 Oktober 2021 Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI). Hal ini juga didukung meningkatnya investasi dan membaiknya neraca perdagangan yang tentunya peran dari nilai ekspor yang meningkat 14,18%. Peningkatan ekspor ini merupakan capaian luar biasa di era pandemi. Kondisi ini memiliki potensi untuk dikembangkan eksportir baru melalui kolaborasi dan bersinergi antar instansi untuk meningkatkan daya saing entrepreneurship pada kegiatan ekspor.

Sebagai bentuk dukungan pemerintah atas kegiatan ekspor produk entrepreneurship dengan memberikan afirmasi kebijakan dengan keluarnya UU Cipta Kerja dan PP No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, dimana memuat tentang dukungan dan fasilitas ekspor produk entrepreneurship dengan memberikan insentif Kepabean bagi pelaku entrepreneurship. Pelaku entrepreneurship terus didorong untuk bermitra dan berkolaborasi dengan usaha besar agar dapat meningkatkan keunggulan kompetensi sehingga berdaya saing.

Peran pemerintah untuk mendukung strategi keunggulan kompetitif entrepreneurship terus diupayakan dengan tujuan agar entrepreneurship Indonesia mampu berdaya saing di pasar global. Pemerintah juga memberikan kemudahan akses pembiayaan bagi entrepreneurship berorientasi ekspor senilai Rp. 500 miliar disalurkan oleh Exin Bank dengan rate suku bunga 6% dan agunan 30% sebagai fasilitas. Selain itu pelaku entrepreneurship dapat memanfaatkan *e-commerce* sebagai program perluasan akses pasar. Pemerintah telah melakukan berbagai inisiasi agar dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pelaku entrepreneurship untuk mengakselerasi keunggulan kompetitif. Selain akses pembiayaan pemerintah juga melakukan penyediaan fasilitas melalui dukungan fiskal dan non fiskal sebagai upaya meningkatkan daya saing entrepreneurship di pasar internasional. Bentuk fasilitas yang diberikan seperti ikut serta pada kegiatan pameran, bimbingan teknis dan pendampingan, promosi dan pemasaran serta jaminan dan asuransi ekspor.

Berdasarkan data Kemenkop bahwa jumlah entrepreneurship tahun 2021 mencapai 64,2 juta dengan nilai kontribusi 60,51% atau senilai Rp. 9.580 triliun kontribusi terhadap PDB dengan daya serap tenaga kerja 96,52% dari total tenaga kerja. Sumber data yang sama ditinjau sektor entrepreneurship di Indonesia mencapai 99,98% dari total perusahaan yang ada di Indonesia. Oleh karenanya perlu dukungan dari berbagai pihak bahwa entrepreneurship merupakan salah satu pilar paling penting pada perekonomian Indonesia (<https://ekon.go.id/publikasi>). Berdasarkan data tersebut menggambarkan peranan entrepreneurship berkontribusi mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya untuk penyediaan lapangan pekerjaan serta penghasil produk bernilai ekonomis.

Meski demikian masih banyak kendala dalam proses keunggulan kompetitif, diantaranya masih rendahnya kemampuan ekspor dimana baru mencapai 15,65% dari

keseluruhan ekspor. Selain itu pemanfaatan *e-commerce* masih rendah pada tingkat 24% dari total pelaku entrepreneurship. Menyikapi kondisi tersebut penting peran dari berbagai pihak saling membantu dalam akselerasi pemulihan ekonomi di Indonesia. Di era pasar bebas menuntut entrepreneurship Indonesia meningkatkan daya saing dan bersiap melakukan akselerasi internasionalisasi, walaupun harus menghadapi banyak tantangan seperti minimnya pengalaman mempromosikan produk entrepreneurship di pasar internasional yang merupakan kendala utama perluasan pasar. Selain itu juga kurangnya pengetahuan pasar, artinya entrepreneurship kurang informasi mengenai pasar potensial dan akses untuk masuk pasar internasional sehingga menghambat proses akselerasi pemulihan ekonomi (Cahyadi, 2015). Minimnya akses permodalan juga menjadi salah satu kendala utama menuju akselerasi internasionalisasi, karena modal untuk pengembangan pasar domestik bukan untuk ekspansi pasar internasional, infrastruktur kurang menunjang, serta kebijakan publik yang menjadi kendala utama proses akselerasi internasionalisasi.

Banyaknya kendala yang dihadapi untuk akselerasi internasionalisasi, oleh karenanya penting untuk mengetahui kekuatan dan kemampuan entrepreneurship Indonesia di pasar internasional. Dukungan pemerintah melalui kebijakan-kebijakan terkait internasionalisasi entrepreneurship sangat penting untuk mendorong tumbuh kembangnya entrepreneurship di tingkat internasional dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar global. Hal ini juga ditunjukkan pada penelitian sebelumnya (Cahyadi, 2015) bahwa kebijakan pemerintah berpengaruh signifikan bagi pertumbuhan dan proses internasionalisasi dan berdaya saing di pasar global. Melalui negosiasi perdagangan regional dan internasional pemerintah Indonesia berperan aktif untuk meminimalkan kendala internasionalisasi entrepreneurship. Hal penting lainnya pemerintah memberikan dukungan finansial bagi entrepreneurship bersinergi dengan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) dan Kemenkop untuk mendorong kegiatan bisnis berorientasi ekspor agar dapat berdaya saing dan mampu mempercepat pemulihan ekonomi pasca Pandemi-19

KESIMPULAN

Kontribusi entrepreneurship dalam akselerasi pemulihan ekonomi yang ditunjukkan melalui besarnya penyediaan lapangan pekerjaan dan kontribusi terhadap PDB membuktikan bahwa keberadaan dan perkembangan entrepreneurship patut mendapatkan apresiasi. Akselerasi pemulihan ekonomi sudah menjadi kebutuhan setiap negara berkembang termasuk Indonesia pasca Pandemi Covid-19. Manajemen informasi berkualitas memiliki peran penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan kemampuan beradaptasi dengan setiap perubahan dan perkembangan lingkungan bisnis. Akselerasi pemulihan ekonomi menjadi tanggungjawab semua pihak khususnya pemerintah untuk mendorong dan memfasilitasi agar internasionalisasi entrepreneurship dapat diwujudkan dan berkelanjutan. Banyaknya kendala yang dihadapi menghambat proses akselerasi pemulihan ekonomi jika tidak dibantu oleh pemerintah dan pelaku bisnis besar. Maka dari itu entrepreneurship harus bersinergi dengan usaha besar dan membuka jaringan pasar untuk ekspansi memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melalui keunggulan kompetitif entrepreneurship guna melakukan akselerasi pemulihan ekonomi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afsharhasemi, A., Zain, M., Sambasivan, M., & Ng Siew Imm, S. (2013). Market Orientation, Government Regulation, Competitive Advantage and Internationalization of SMEs: A Study in Malaysia. *Journal of Business Administration Research*, 2(2). <https://doi.org/10.5430/jbar.v2n2p13>
- [2] Cahyadi, I. (2015). Tantangan Internasionalisasi ENTERPRENEURSHIP di Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 27(9), 129–144.
- [3] Chandra, A. A., Paul, J., & Chavan, M. (2021). Internationalization challenges for SMEs: evidence and theoretical extension. *European Business Review*, 33(2), 316–344. <https://doi.org/10.1108/EBR-08-2019-0164>
- [4] Chelliah, S., Sulaiman, M., & Pandian, S. (2010). The Determinants of Internationalization of Small and Medium Enterprises (Smes): A Case in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 10(10), 1202–1215.
- [5] Gunartin. (2017). *PENGUATAN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA*. 2(2), 46–55. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Eduka/article/view/3764/2895>
- [6] Javalgi, R. (Raj) G., Gross, A. C., Joseph, W. B., & Granot, E. (2011). Assessing competitive advantage of emerging markets in knowledge intensive business services. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 26(3), 171–180. <https://doi.org/10.1108/08858621111115895>
- [7] Lee, Y.-Y., Falahat, M., & Sia, B.-K. (2019). Impact of Digitalization on the Speed of Internationalization. *International Business Research*, 12(4), 1. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n4p1>
- [8] Mika Westerlund. (2020). 12. Digitalization, Internationalization and Scaling of Online SMEs. *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 48–57.
- [9] Roida, H. Y., Sunarjanto, N. A., Sunarjanto, N. A., Jayaprana, W., & Jayaprana, W. (2010). Internasionalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Ditinjau Dari Tipe Kepemilikan: Studi Empiris Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 3(2), 158–170. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v3i2.2399>
- [10] Sari, N. N. M. P., & Yasa, N. N. K. (2016). Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Orientasi Pasar dengan Internasionalisasi ENTERPRENEURSHIP Mebel Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(6), 1651–1678.
- [11] Svante, A. (2011). International entrepreneurship, born globals and the theory of effectuation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- [12] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, Siaran Pers, Jakarta, 28 Oktober 2021 HM.4.6/362/SET.M.EKON.3/10/2021 “Pemerintah Dorong UMKM Tingkatkan Daya Saing Untuk Masuk Pasar Global (di akses 5 Mei 2022) <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3407/pemerintah-dorong-umkm-tingkatkan-daya-saing-untuk-masuk-pasar-global>

- [13] UU Cipta Kerja dan PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.