

ABSTRAK

Perkembangan jumlah UMKM yang terus meningkat setiap tahun tidak berbanding lurus dengan kontribusi nilai ekspor negara. Rendahnya kontribusi nilai ekspor tersebut salah satunya dipengaruhi oleh UMKM yang masih mengalami kesulitan untuk memulai perluasan pasar di luar negeri. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi UMKM untuk dapat melakukan internasionalisasi dan dapat bersaing di luar negeri. Studi ini menggunakan metode kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam kepada 3 UMKM di Jawa Tengah yang telah berhasil melakukan ekspor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beragam hal yang dapat mempengaruhi ketiga UMKM yaitu dengan mengatasi hambatan ekspor, menerima leverage dari pemerintah dan memiliki keunggulan bersaing untuk dapat berhasil melakukan ekspor dan bertahan di pasar internasional.

Kata kunci: UMKM, Internasionalisasi, Ekspor, Hambatan, Keunggulan Bersaing