

# Analisis Pengaruh Keanggotaan BRICS Terhadap Ekspansi Pasar dan Daya Saing UMKM di Indonesia

Muhammad Syaqqi<sup>1</sup>, Kharisma Nawang Sigit<sup>2</sup>, Amy Novalia Esmiati<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Selamat Sri  
Jl. Soekmo-Hatta KM. 3 Patebon, Kab. Kendal

Email: [syaqqi60@gmail.com](mailto:syaqqi60@gmail.com), [kharisma04337@gmail.com](mailto:kharisma04337@gmail.com)

<sup>3</sup>Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Selamat Sri

Jl. Soekmo-Hatta KM. 3 Patebon, Kab. Kendal

[amynovalia18@gmail.com](mailto:amynovalia18@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keanggotaan Indonesia dalam BRICS terhadap ekspansi pasar dan daya saing UMKM, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang dapat memperkuat posisi UMKM di pasar internasional. Penelitian menggunakan pendekatan kombinitif melalui *system approach* dan metode Delphi. *System approach* digunakan untuk memetakan hubungan antara kebijakan internasional, dukungan pemerintah, kesiapan UMKM, serta peluang dan tantangan pasar global. Sementara itu, metode Delphi melibatkan responden yang terdiri dari akademisi, pelaku UMKM, dan para ahli untuk memperoleh konsensus faktor-faktor strategis dalam penguatan daya saing UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keanggotaan Indonesia dalam BRICS berpotensi memperluas akses pasar ekspor, terutama ke Tiongkok dan India yang menjadi tujuan utama. Namun, UMKM menghadapi tantangan berupa keterbatasan kualitas produk, standarisasi internasional, serta persaingan ketat dengan produk lokal negara BRICS. Faktor pendukung utama yang diidentifikasi meliputi dukungan kebijakan pemerintah, inovasi produk, digitalisasi dan e-commerce, serta akses pembiayaan ekspor. Dengan sinergi antara pemerintah, asosiasi bisnis, dan pelaku UMKM, keanggotaan Indonesia dalam BRICS dapat menjadi peluang strategis untuk memperkuat daya saing UMKM di tingkat global.

**Kata kunci:** Ekonomi; BRICS; Indonesia; UMKM; Ekspansi\_Pasar

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the impact of Indonesia's membership in BRICS on market expansion and SME competitiveness, as well as to identify supporting factors that can strengthen SMEs' position in international markets. The research employs a combinative approach using the system approach and the Delphi method. The system approach is applied to map the relationship between international policies, government support, SME readiness, and global market opportunities and challenges. Meanwhile, the Delphi method involves respondents consisting of academics, SME actors, and experts to reach a consensus on strategic factors for strengthening SME competitiveness. The findings reveal that Indonesia's membership in BRICS has the potential to expand export access, particularly to China and India as the main destinations. However, SMEs face challenges such as limited product quality, international standardization, and strong competition with local products from BRICS countries. The key supporting factors identified include government policy support, product innovation, digitalization and e-commerce, and access to export financing. With synergy between the government, business associations, and SME actors, Indonesia's membership in BRICS can serve as a strategic opportunity to enhance SME competitiveness at the global level.*

**Keywords:** Economy; BRICS; Indonesia; UMKM; Market Expansion

## Pendahuluan

Era globalisasi dan integrasi ekonomi internasional telah menciptakan dinamika baru dalam perekonomian global, dimana kelompok negara berkembang semakin memainkan peran penting dalam percaturan ekonomi dunia. President Amerika Serikat Donald Trump telah menetapkan kenaikan tarif import baru terhadap beberapa negara di dunia, salah satunya adalah Indonesia dengan tarif bea masuk sebesar 32% [1]. Bagi eksportir Indonesia, kebijakan tarif impor baru ini bukan sekedar angka diatas kertas. Industri tekstil, furniture, karet, hingga perikanan selama ini mengandalkan pasar AS sebagai salah satu tujuan utama ekspor.

Pengaturan strategi dalam menghadapi permasalahan tersebut perlu dilakukan oleh pemerintah Indonesia, salah satunya dengan cara mencari pasar baru. Aliansi ekonomi seperti BRICS (Brazil, Russia, India, China, dan South Africa) telah menjadi kekuatan transformatif dalam sistem ekonomi internasional [2]. Kelompok BRICS menjadi simbol kekuatan ekonomi baru sebagai penyeimbang dominasi negara Barat dalam tatanan ekonomi dunia [3]. Indonesia, sebagai negara berkembang dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara, memiliki kepentingan strategis untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh keanggotaan dan ekspansi BRICS. Melalui Brics, Indonesia berpeluang mendapatkan dukungan pemulihan ekonomi [4]. Dari segi ekonomi, keikutsertaan Indonesia dalam BRICS berpotensi untuk memperluas pasar internasional [5].

Kontribusi UMKM terhadap Ekspor nasional mencapai 15,7% dari total ekspor pada tahun 2024, hal ini akan ditingkatkan hingga mencapai pertumbuhan 9%[6]. Dalam upaya peningkatan pertumbuhan tersebut juga harus dibarengi dengan strategi atau upaya dalam mencakup pangsa pasar yang lebih luas di keanggotaan BRICS. Perbedaan kultur pada setiap negara BRICS dapat menjadi permasalahan baru dalam penyesuaian produk untuk kebutuhan pasar [7]. Berdasarkan hal tersebut rumusan masalah penelitian ini yaitu (1) bagaimana pengaruh keanggotaan Indonesia dalam BRICS terhadap ekspansi pasar dan daya saing UMKM?, serta (2) faktor-faktor apa saja yang mendukung peningkatan daya saing UMKM agar mampu menembus pasar negara anggota BRICS?. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis (1) pengaruh keanggotaan Indonesia dalam BRICS terhadap ekspansi pasar dan daya saing UMKM., serta untuk mengidentifikasi dan merumuskan (2) faktor-faktor strategis yang dapat mendukung peningkatan daya saing UMKM Indonesia di pasar BRICS.

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi pustaka dan mengumpulkan pendapat para ahli atau orang-orang yang terkait dengan judul penelitian ini. Metode kuantitatif dari data yang dikumpulkan para ahli juga digunakan sebagai penguat studi pustaka. Secara garis besar penelitian ini menggabungkan dua metode yang saling menguatkan.

### Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan data

#### Populasi

Populasi penelitian ini terbagi menjadi dua dengan pendekatan

##### A. System Approach (UMKM)

Seluruh UMKM yang sudah terlibat kegiatan ekspor, atau yang berada dalam sektor yang terdampak langsung oleh keanggotaan BRICS.

##### B. Untuk Pendekatan Delphi (Ahli)

Para ahli dan pemangku kepentingan terkait kegiatan ekspor dan UMKM. Seperti akademisi, Praktis ekspor UMKM, Pengusaha asosiasi dagang.

#### Sample

##### A. Sample UMKM (Untuk System Approach dan survei primer)

Purposive sampling berdasarkan sektor atau wilayah

##### B. Sampel Panel Ahli (Untuk Metode Delphi)

Purposive sampling dengan kriteria pengalaman > 3 tahun di bidang terkait dan memiliki keahlian di bidangnya.

### Teknik Pengumpulan Data

#### A. System Approach

##### 1. Kusioner survey kepada pelaku UMKM

Topik : Kesiapan menghadapi pasar BRICS, kendala produksi, dukungan pemerintah, akses teknologi dan lain sebagainya.

##### 2. Wawancara semi-terstruktur

Pelaku UMKM

##### 3. Dokumentasi dan data sekunder

Laporan BPS, Kemendag dan lain-lain

#### B. Metode Delphi

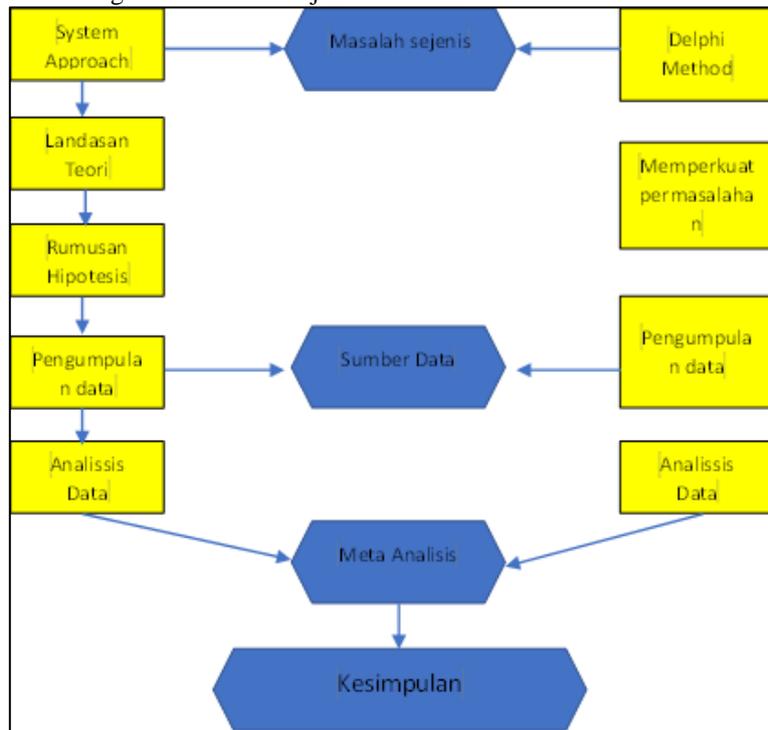
Kusioner

### Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif eksploratif-kombinatif yang memadukan pendekatan system approach dan delphi method. Model ini dipilih untuk menggali secara mendalam dinamika dan dampak keanggotaan indonesia dalam BRICS terhadap ekspansi pasar dan daya saing UMKM di Indonesia, sekaligus menyusun strategi kebijakan berbasis konsensus pakar.

Melalui system approach, penelitian ini memetakan hubungan kompleks antara faktor-faktor kebijakan internasional, dukungan pemerintah, kesiapan UMKM, serta peluang dan tantangan pasar global dalam suatu kerangka sistematis. Sedangkan metode delphi digunakan untuk menghimpun pandangan, validasi, dan konsensus dari para ahli dibidang ekonomi, perdagangan internasional dan pengembangan UMKM terhadap skenario kebijakan serta langkah strategis yang relevan.

Model ini bersifat komprehensif dan partisipatif, karena tidak hanya mengandalkan analisis teoritis dan data sekunder, tetapi juga melibatkan pelaku UMKM dan para pakar secara langsung dalam proses analisis dan perumusan rekomendasi. Dengan demikian hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya menggambarkan kondisi empiris, tetapi juga menghasilkan kebijakan yang adaptif dan aplikatif dalam mendukung posisi UMKM Indonesia di tengah dinamika globalisasi dan kerjasama BRICS.



Gambar 1. Model Kerangka Penelitian

## Hasil Dan Pembahasan

### Analisis Sentimen Publik Dan Media Terkait Peluang Ekspor Umkm Data kuantitatif Ekspor dan Kontribusi Pasar Brics

Nilai ekspor non migas ke negara-negara BRICS pada 2024 tercatat sebesar US\$ 84,37 Miliar, yang menyumbang 33,91% dari total ekspor non migas Indonesia [8]. Dari lima negara BRICS, China menjadi tujuan ekspor terbesar yakni US\$60,22 miliar, sedangkan India menempati urutan kedua ekspor non migas senilai US\$ 20,32 miliar, sedangkan ekspor ke negara BRICS lainnya seperti Brazil, Rusia dan Afrika Selatan relatif jauh lebih kecil dibanding China dan India [9].

### Opini Publik dan Media : Peluang dari Keanggotaan BRICS

Berdasarkan pemberitaan media dan komentar dari para pengamat, terdapat persepsi bahwa keanggotaan Indonesia dalam BRICS dapat mempercepat dan memperluas akses pasar ekspor tradisional termasuk UMKM. Guru besar hubungan internasional UNHAN, Anak Agung Bayu Perwita berpendapat bahwa Indonesia dapat memperluas pasar Ekspor Tradisional ke negara anggota BRICS lebih cepat, karena jejaring ekonomi atau perdagangan dalam BRICS dianggap lebih sederhana dibandingkan dengan pasar Global North [10]. Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan menargetkan partisipasi UMKM dalam ekspor yang lebih besar di tahun 2025, pemerintah mengincar ekspor UMKM sebesar US\$ 19,33 miliar dan ada harapan naik ke US\$ 35,29 miliar pada 2029. Program *UMKM Berani Inovasi dan Siap Adaptasi (BISA)* juga diluncurkan untuk meningkatkan kapasitas ekspor UMKM [11]. pasar BRICS dianggap sebagai peluang strategis karena ukurannya yang besar, kebutuhan akan bahan mentah dan komoditas dari Indonesia yang cukup besar, serta potensi diversifikasi produk ekspor non-migas. Media mengangkat bahwa komoditas-komoditas seperti besi dan baja, bahan bakar mineral, nikel, dan lemak/ minyak nabati menjadi penyumbang utama ekspor ke China dan India [8].

### Hambatan atau Sentimen Negatif yang Muncul

Beberapa pemberitaan mencerminkan kekhawatiran atau hambatan yang bisa menjadi penghalang peluang UMKM. Meskipun ekspor besar ke China dan India ada laporan bahwa neraca dagang Indonesia dengan negara-

BRICS masih mengalami defisit sebesar US\$ 1,63 miliar tahun 2024 [12]. Hambatan lain meliputi keterbatasan daya saing UMKM dalam hal kualitas, standar produk, dan efisiensi produksi. Risiko ketidakselarasan regulasi, kompleksitas birokrasi, serta potensi ketidakstabilan politik-ekonomi di beberapa negara anggota BRICS juga dapat menjadi faktor penghambat. Perbedaan kultur pada setiap negara BRICS dapat menjadi permasalahan baru dalam penyesuaian produk untuk kebutuhan pasar [7].

### **Peluang untuk UMKM**

Peluang ekspor UMKM ke pasar BRICS bisa ditinjau melalui beberapa titik. China dan India sebagai pasar utama, terdapat peluang signifikan bagi produk UMKM yang memenuhi standar kebutuhan pasar seperti bahan baku, makanan, kerajinan, produk agrikultur, dsb. Target pemerintah dan program-program untuk meningkatkan ekspor UMKM (seperti BISA, business matching) menunjukkan adanya dorongan kebijakan yang positif. Komoditas nonmigas yang bukan hanya bahan utama, tetapi produk yang lebih bernilai tambah (UMKM bisa ikut), dapat memanfaatkan peluang ekspor ke BRICS jika ada peningkatan kualitas dan branding. Penggunaan jaringan dalam BRICS dan hubungan bilateral atau multilateral yang lebih dekat bisa membuat proses ekspor lebih relatif cepat dibandingkan dengan pasar Global North yang regulasi dan biaya logistiknya bisa lebih tinggi [11]. Hal ini menjawab rumusan masalah pertama terkait sejauh mana keanggotaan Indonesia dalam BRICS berpengaruh pada ekspansi pasar.

### **Analisis Pengaruh Keanggotaan Indonesia dalam BRICS terhadap Daya Saing UMKM**

Keanggotaan Indonesia dalam BRICS membuka peluang pasar yang lebih luas, namun pada saat yang sama menuntut UMKM untuk meningkatkan daya saing. Daya saing UMKM dapat dipahami sebagai kemampuan untuk menghasilkan produk dengan harga yang kompetitif, kualitas yang sesuai standar internasional, serta inovasi yang mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pasar global.

### **Faktor Internal Daya Saing UMKM**

Berdasarkan literatur dan hasil diskusi dengan responden Delphi, beberapa faktor internal utama yang memengaruhi daya saing UMKM Indonesia antara lain:

1. **Kualitas Produk dan Inovasi**  
UMKM masih menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi standar kualitas, terutama terkait sertifikasi, higienitas, dan standar teknis internasional. Produk-produk seperti makanan olahan, batik, kerajinan, dan fashion memiliki potensi ekspor tinggi, namun seringkali terbatas oleh keterbatasan teknologi produksi.
2. **Digitalisasi dan Akses Teknologi**  
UMKM yang telah memanfaatkan platform digital dan e-commerce lintas negara memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar BRICS. Digitalisasi memungkinkan efisiensi promosi, akses pasar yang lebih luas, dan peningkatan citra produk.
3. **Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)**  
Keterampilan manajerial, kemampuan bahasa asing, serta pengetahuan tentang regulasi perdagangan internasional masih menjadi kendala. UMKM dengan SDM terlatih cenderung lebih mampu menyesuaikan diri dengan pasar BRICS.

### **Faktor Eksternal Daya Saing UMKM**

Selain faktor internal, terdapat faktor eksternal yang sangat menentukan, terutama dalam konteks keanggotaan BRICS:

1. **Dukungan Kebijakan Pemerintah**  
Pemerintah telah menargetkan peningkatan ekspor UMKM menjadi US\$ 19,33 miliar pada 2025 dan naik ke US\$ 35,29 miliar pada 2029 melalui program seperti *UMKM BISA (Berani Inovasi dan Siap Adaptasi)* serta perluasan akses pembiayaan ekspor (Kemendag, 2025). Dukungan kebijakan ini memberikan pondasi penting agar UMKM dapat meningkatkan daya saing.
2. **Integrasi Pasar BRICS**  
BRICS sebagai blok ekonomi menciptakan akses pasar alternatif di luar Global North yang regulasinya seringkali lebih ketat. Integrasi ini dinilai dapat memudahkan UMKM Indonesia menembus pasar baru, terutama melalui penyederhanaan jejaring perdagangan (Antara News, 2025).
3. **Kompetisi dengan Produk Lokal BRICS**  
UMKM Indonesia tidak hanya berhadapan dengan pasar yang besar, tetapi juga dengan persaingan dari produk lokal negara anggota BRICS yang memiliki keunggulan harga dan kualitas tertentu. Misalnya, produk tekstil dari India atau produk kerajinan dari Brasil sudah memiliki posisi kuat di pasar domestiknya.

### Temuan Metode Delphi

Berdasarkan hasil putaran pertama Delphi, responden menilai bahwa tiga faktor utama yang paling menentukan daya saing UMKM Indonesia di pasar BRICS adalah:

1. Kualitas dan diferensiasi produk  
 UMKM perlu menonjolkan keunikan budaya Indonesia, seperti batik dan kerajinan tangan, agar memiliki nilai tambah dibanding produk massal dari negara BRICS.
2. Akses pembiayaan dan dukungan logistik  
 Mayoritas responden menekankan pentingnya pembiayaan ekspor, subsidi pengiriman, dan penyederhanaan bea masuk agar produk UMKM mampu bersaing dari sisi harga.
3. Pemanfaatan teknologi digital dan branding internasional  
 Penggunaan marketplace internasional, media sosial lintas negara, dan sertifikasi digital dinilai sebagai faktor yang dapat mempercepat penetrasi UMKM ke pasar BRICS.

### Faktor – Faktor Pendukung Umkm Dalam Menembus Pasar BRICS

Keberhasilan UMKM Indonesia dalam menembus pasar BRICS tidak hanya ditentukan oleh peluang pasar yang besar, tetapi juga oleh sejumlah faktor pendukung yang dapat memperkuat daya saing produk. Berdasarkan hasil analisis literatur, data sekunder, serta temuan metode Delphi, faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan eksternal.

#### Faktor Internal Pendukung

1. Inovasi Produk dan Diferensiasi  
 UMKM yang mampu menonjolkan ciri khas budaya Indonesia (misalnya batik, kerajinan tangan, kuliner tradisional) memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar internasional. Diferensiasi produk menjadi kunci agar tidak terjebak dalam persaingan harga semata [13].
2. Kualitas dan Standarisasi Produk  
 Sertifikasi halal, ISO, HACCP, atau standar mutu internasional lainnya menjadi faktor penting agar produk UMKM dapat diterima di negara-negara BRICS yang menerapkan regulasi teknis tertentu [14].
3. Digitalisasi dan Pemasaran Online  
 Pemanfaatan e-commerce lintas negara (misalnya Alibaba, Shopee Global, Amazon) memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen BRICS tanpa harus bergantung penuh pada distribusi konvensional.
4. Kapabilitas SDM  
 Kompetensi bahasa asing, keterampilan negosiasi internasional, serta kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor penentu yang diidentifikasi oleh responden Delphi putaran kedua.

#### Faktor Eksternal Pendukung

1. Dukungan Kebijakan Pemerintah  
 Program *UMKM BISA (Berani Inovasi dan Siap Adaptasi)* serta target ekspor UMKM sebesar US\$ 19,33 miliar pada 2025 menunjukkan adanya dorongan kuat dari pemerintah untuk mengintegrasikan UMKM ke pasar global [11].
2. Pembiayaan dan Insentif Ekspor  
 Skema kredit ekspor, subsidi pengiriman, serta kemudahan akses modal usaha dinilai sebagai faktor krusial. Hal ini sejalan dengan rekomendasi responden Delphi bahwa dukungan logistik dan pembiayaan merupakan prioritas utama agar UMKM mampu bersaing harga dengan produk dari negara BRICS.
3. Kerja Sama Ekonomi BRICS  
 Keanggotaan Indonesia di BRICS membuka peluang negosiasi perdagangan yang lebih sederhana, termasuk kemungkinan penurunan tarif bea masuk dan peningkatan akses pasar bagi produk-produk unggulan UMKM [10].
4. Jejaring Dagang dan Business Matching  
 Fasilitasi pertemuan bisnis (*business matching*), pameran internasional, serta promosi melalui BRICS Business Council menjadi sarana penting bagi UMKM untuk memperluas pasar.

### Hasil Prioritas Faktor (Delphi)

Dari hasil putaran kedua metode Delphi, diperoleh konsensus mengenai tiga faktor utama yang paling mendukung UMKM Indonesia dalam menembus pasar BRICS:

**Tabel 1.** Faktor Pendukung UMKM

Peringkat	Faktor Pendukung	Kategori
1	Dukungan kebijakan & insentif pemerintah	Eksternal
2	Kualitas dan standarisasi produk UMKM	Internal
3	Pemanfaatan teknologi digital & branding global	Internal/Eksternal

Responden menekankan bahwa tanpa adanya dukungan regulasi dan insentif, UMKM akan sulit menembus pasar BRICS. Namun, faktor internal seperti kualitas dan branding tetap menjadi penentu keberhasilan jangka panjang.

Keanggotaan Indonesia dalam BRICS menciptakan peluang pasar yang besar, tetapi faktor pendukung yang nyata harus disiapkan baik di tingkat internal UMKM maupun eksternal melalui kebijakan dan jejaring internasional. Dengan sinergi antara pemerintah, pelaku UMKM, dan asosiasi perdagangan, Indonesia dapat memanfaatkan BRICS sebagai pintu masuk ekspansi pasar yang lebih luas dan berkelanjutan. Temuan ini menjadi jawaban dari rumusan masalah kedua mengenai faktor-faktor pendukung daya saing UMKM.

## Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa keanggotaan Indonesia dalam BRICS membuka peluang penting bagi UMKM untuk memperluas pasar sekaligus meningkatkan daya saing. Pasar negara-negara BRICS, yang ditandai dengan jumlah penduduk besar dan pertumbuhan ekonomi yang pesat, memberi kesempatan strategis bagi produk unggulan Indonesia seperti kopi, batik, kerajinan, dan pangan olahan untuk menembus pasar global. Keanggotaan Indonesia dalam BRICS terbukti berpengaruh positif terhadap ekspansi pasar UMKM, khususnya ke China dan India, meskipun masih terdapat tantangan standar internasional, hambatan tarif/nontarif, serta persaingan dengan produk lokal BRICS. Namun, kesiapan UMKM menghadapi tantangan berupa standar internasional, persaingan ketat, serta hambatan tarif dan nontarif masih menjadi isu utama.

Faktor pendukung utama yang memperkuat daya saing UMKM di pasar BRICS meliputi dukungan kebijakan pemerintah, kualitas dan standarisasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta akses pembiayaan ekspor. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa dukungan kebijakan pemerintah melalui diplomasi ekonomi, fasilitasi sertifikasi, pembiayaan, dan transformasi digital sangat diperlukan agar UMKM dapat mengoptimalkan peluang yang ada. Bagi pelaku UMKM, inovasi produk, pemanfaatan platform digital, serta strategi branding yang menonjolkan identitas budaya menjadi kunci keberhasilan.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pemerintah memperkuat strategi kerja sama dagang dalam kerangka BRICS, sementara UMKM perlu terus meningkatkan kualitas dan adaptasi produk sesuai preferensi pasar. Penelitian selanjutnya dapat memperdalam analisis komparatif antar-negara anggota BRICS atau menggunakan big data untuk mengidentifikasi tren konsumsi secara lebih akurat. Dengan sinergi antara kebijakan dan inovasi pelaku usaha, keanggotaan Indonesia dalam BRICS berpotensi memberikan kontribusi nyata terhadap ekspansi pasar dan daya saing UMKM di tingkat global.

## Daftar Pustaka

- [1] W. Wahyuni, "Kebijakan Tarif Impor Trump dan Dampaknya bagi Indonesia," *Hukum Online.com*, 2025. <https://www.hukumonline.com/berita/a/kebijakan-tarif-impor-trump-dan-dampaknya-bagi-indonesia-lt67f35d6760b1d/?page=2> (accessed Apr. 08, 2025).
- [2] Muhammad Fawwaz Afif, Adrian Maulana Firmansyah, Dudy Heryadi, and Deasy Silvy Sari, "BRICS: Tantangan dan Peluang Dalam Tata Kelola Global," *TRANSBORDERS Int. Relations J.*, vol. 8, no. 1, pp. 36–44, Dec. 2024, doi: 10.23969/transborders.v8i1.12214.
- [3] S. Vyas-Doorgapersad, "The role of BRICS in global governance to promote economic development," *Africa's Public Serv. Deliv. Perform. Rev.*, vol. 10, no. 1, Nov. 2022, doi: 10.4102/apsdpr.v10i1.633.
- [4] R. Z. Indrayana, "Reviewing the Foreign Policy of the Republic of Indonesia Through President Jokowi's Visit to South Africa in 2023," *J. Ilm. Hub. Int.*, vol. 20, no. 1, pp. 96–107, May 2024, doi: 10.26593/jihi.v20i1.7626.96-107.
- [5] R. A. Myajaya, "Indonesia's Interests and Challenges in Joining Brics," *Manbud*, vol. 3, no. 1, 2025, doi: <https://doi.org/10.59059/mandub.v3i1.2179>.
- [6] H. Limanseto, "Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia," *www.ekon.go.id*, 2025. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia#:~:text=Kontribusi%20UMKM%20terhadap%20ekspor%20nasional,9%25%20dalam%20lima%20tahun%20mendatang.> (accessed Apr. 08, 2025).
- [7] Asep Setiawan, "Indonesia's Joins BRICS: Balancing Economic Opportunities and Geopolitical Challenges in a Multipolar World," *J. Law, Polit. Humanit.*, vol. 5, no. 3, pp. 2075–2082, Feb. 2025, doi: 10.38035/jlph.v5i3.1567.
- [8] S. D. A. Simanjuntak, "Total Ekspor Nonmigas RI ke BRICS Capai US\$84,37 Miliar selama 2024," *bisnis.com*, 2025. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20250115/9/1831871/total-ekspor-nonmigas-ri-ke-brics-capai-us8437-miliar-selama-2024>.
- [9] A. M. Fauzan, "BPS: Ekspor RI ke negara BRICS capai 84,37 miliar dolar AS pada 2024," *Antaranews*,

2025. <https://m.antaranews.com/amp/berita/4585230/bps-ekspor-ri-ke-negara-brics-capai-8437-miliar-dolar-as-pada-2024>.
- [10] A. M. Sari, "RI Dinilai Bisa Perluas Pasar Ekspor Tradisional ke BRICS Lebih Cepat," *Antaranews*, 2025. <https://www.antaranews.com/berita/4759797/ri-dinilai-bisa-perluas-pasar-ekspor-tradisional-ke-brics-lebih-cepat>.
- [11] L. D. Jatmiko, "RI Bidik Ekspor Rp4.851 Triliun pada 2025, Kemendag Incar Pasar China hingga Libatkan UMKM," *Kementerian Perdagangan RI*, 2025. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/ri-bidik-ekspor-rp4851-triliun-pada-2025-kemendag-incar-pasar-china-hingga-libatkan-umkm>.
- [12] I. R. S. Rahayu and A. Ika, "Neraca Dagang RI ke Negara BRICS Masih Defisit 1,63 Miliar Dollar AS di 2024," *Kompas.com*, 2025. <https://money.kompas.com/read/2025/01/16/073104526/neraca-dagang-ri-ke-negara-brics-masih-defisit-163-miliar-dollar-as-di-2024>.
- [13] M. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990.
- [14] A. Muntholip and N. Setiawan, "Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review," *J. Manaj. Dan Akunt. Medan*, vol. 7, no. 1, pp. 26–38, Jan. 2025, doi: 10.47709/jumansi.v7i1.5257.
- [15] M. Rizki *et al.*, "Determining Marketing Strategy At LPP TVRI Riau Using SWOT Analysis Method," *yrpipku.com*, vol. 3, no. 1, pp. 10–18.
- [16] A. Wicaksono and F. Yuamita, "Pengendalian Kualitas Produksi Sarden Menggunakan Metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) Untuk Meminimumkan Cacat Kaleng Di PT. Maya Food Industries," *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 1–6, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.6>.
- [17] J. N. A. Aziza, "Perbandingan Metode Moving Average, Single Exponential Smoothing, dan Double Exponential Smoothing Pada Peramalan Permintaan Tabung Gas LPG PT Petrogas Prima Services," *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 35–41, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.8>.
- [18] S. Adi and F. Yuamita, "Analisis Ergonomi Dalam Penggunaan Mesin Penggilingan Pupuk Menggunakan Metode Quick Exposure Checklist Pada PT. Putra Manunggal Sakti," *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 22–34, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.7>.
- [19] A. Rinaldi, N. Rahmadani, P. Papilo, Silvia, and M. Rizki, "Analisa Pengambilan Keputusan Pemilihan Bahan Dalam Pembuatan Kemeja Menggunakan Metode TOPSIS," *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 18, no. 2, pp. 163–172, 2021.
- [20] F. Surayya Lubis, A. Putri Rahima, M. Isnaini Hadiyul Umam, and M. Rizki, "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru," *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 16, no. 02, pp. 25–31, 2019.