
PENINGKATAN DAYA SAING GLOBAL UMKM DENGAN GUSJIGANG SEBAGAI BASIS KEARIFAN LOKAL

Andi Sunyoto

Universitas Muria Kudus
andi.sunyoto@yahoo.com

ABSTRAK

Keanekaragaman budaya, kekayaan alam, tempat wisata, masakan dan minuman tradisional yang terbentang di bumi nusantara ini cukup banyak dan beragam. Keberagaman ini merupakan potensi besar dan pembangunan ekonomi di Indonesia ini dan jika dikelola dengan baik akan meningkatkan perekonomian terutama apabila dikelola dengan baik oleh UMKM yang ada di daerah tersebut. Oleh karena itu perlu didorong peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berbasis pada kearifan lokal bangsa Indonesia melalui peningkatan kemampuan sumber daya manusianya selalu penggerak utama UMKM. Salah satu kearifan lokal yang ada di Kudus adalah GUSJIGANG. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penerapan GUSJIGANG dalam UMKM dan semangat GUSJIGANG diaplikasikan sehingga dapat meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat membuktikan bahwa GUSJIGANG sebagai salah satu kearifan lokal mampu diterapkan dalam UMKM dan dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar Global.

Kata kunci: UMKM, Daya Saing, Kearifan Lokal, GUSJIGANG.

ABSTRACT

Cultural diversity, natural wealth, tourist attractions, traditional cuisine and drinks that lie on this archipelago are quite numerous and varied. This diversity is a great potential and economic development in Indonesia and if managed properly it will improve the economy, especially if it is managed properly by MSMEs in the area. Therefore, it is necessary to encourage the improvement of the competitiveness of micro, small and medium enterprises (UMKM) based on the local wisdom of the Indonesian people through increasing the ability of their human resources, which are always the main movers of UMKM. One of the local wisdoms in Kudus is GUSJIGANG.. This study aims to see the application of GUSJIGANG in UMKM and the spirit of GUSJIGANG is applied so as to increase the competitiveness of UMKM. This research is expected to prove that GUSJIGANG as one of the local wisdoms can be applied in UMKM and can increase the competitiveness of UMKM in the global market.

Keywords: UMKM, Competitiveness, local wisdom, GUSJIGANG

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini semakin meningkat dalam menghadapi persaingan perusahaan lokal maupun internasional. Peningkatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dalam dunia bisnis memperlihatkan bahwa usaha ini mampu mempertahankan bisnisnya dalam persaingan usaha. Namun Mayoritas UMKM di Indonesia terkena dampak yang cukup berat. Mayoritas UMKM di Indonesia terkena dampak yang cukup signifikan selama pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil survei ADB (2020) berjudul *“Impact of Covid-19 on MSMEs”*, terdapat sekitar 48,6% UMKM yang tutup sementara. Adapun sekitar 30,5% permintaan domestik UMKM turun, 14,1% melakukan pembatalan kontrak dengan UMKM, dan 13,1% UMKM mengalami hambatan pengiriman.

Sementara, menurut Analisa Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha oleh BPS (2020) juga menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM atau sebanyak 69,02% membutuhkan suntikan bantuan modal usaha signifikan selama pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil survei ADB (2020) berjudul “*Impact of Covid-19 on MSMEs*”, terdapat sekitar 48,6% UMKM yang tutup sementara. Adapun sekitar 30,5% permintaan domestik UMKM turun, 14,1% melakukan pembatalan kontrak dengan UMKM, dan 13,1% UMKM mengalami hambatan pengiriman. Sementara, menurut Analisa Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha oleh BPS (2020) juga menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM atau sebanyak 69,02% membutuhkan suntikan bantuan modal usaha.

Dalam menghadapi kondisi pasca pandemi, perlu dilakukan pembenahan dalam menunjang kemampuan UMKM untuk dapat bertahan dan berdaya saing yang kuat di tingkat global. Pasca pandemi tentunya menjadi kesempatan yang baik untuk kembali menunjukkan eksistensi UMKM terutama dalam merebut peluang pangsa pasar dunia setelah pandemi. Lingkungan internal UMKM yang kondusif, mencakup aspek kualitas SDM, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat kewirausahaan (*entrepreneurship*) menjadi perhatian yang perlu ditingkatkan oleh para pelaku UMKM.

Lingkungan eksternal harus juga kondusif, yang terkait dengan kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar, kondisi ekonomi-sosial masyarakat, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan perubahan ekonomi global. Selain kedua kondisi tersebut, strategi pemberdayaan UMKM untuk dapat memasuki pasar global menjadi sangat penting bagi terjaminnya kelangsungan hidup UMKM.

Daya saing bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu. Konsep daya saing juga yang dapat diterapkan pada level nasional tak lain adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai nilai output yang dihasilkan oleh seorang tenaga kerja. Ada tiga aspek penting yang mempengaruhi daya saing UMKM, yakni (1) faktor-faktor internal perusahaan; (2) lingkungan eksternal; dan (3) pengaruh dari pengusaha/pemilik usaha. Daya saing produk-produk Indonesia terutama sektor UMKM perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan produk-produk dari negara lain.

Nilai kearifan lokal yang berkembang dan diyakini sebagai perekat sosial yang kerap menjadi acuan dalam menata hubungan dan kerukunan antar sesama umat beragama. Sederetan nilai-nilai kerajinan lokal tersebut akan bermakna bagi kehidupan sosial apabila dapat menjadi rujukan dan bahan acuan dalam menjaga dan menciptakahn relasi sosial yang harmonis. Kearifan lokal (*local genius/local wisdom*) merupakan pengetahuan lokal yang tercipta dari hasil adaptasi suatu komunitas yang berasal dari pengalaman hidup yang dikomunikasikan dari generasi ke generasi. Kearifan lokal dengan demikian merupakan pengetahuan lokal yang digunakan oleh masyarakat lokal untuk bertahan hidup dalam suatu lingkungannya yang menyatu dengan sistem kepercayaan, norma, budaya dan diekspresikan di dalam tradisi dan mitos yang dianut dalam jangka waktu yang lama.

Kearifan budaya atau masyarakat merupakan kumpulan pengetahuan dan cara berpikir yang berakar dalam kebudayaan suatu etnis, yang merupakan hasil pengamatan dalam kurun waktu yang panjang. Kearifan tersebut banyak berisikan gambaran tentang anggapan masyarakat yang bersangkutan tentang hal-hal yang berkaitan dengan kualitas lingkungan manusia, serta hubungan-hubungan manusia dan lingkungan alamannya. Salah satu kearifan lokal yang ada di Kudus adalah GUSJIGANG. Kearifan budaya akan mendorong salah satu aspek penting dalam peningkatan mempengaruhi daya saing UMKM dalam faktor eksternal dan internal UMKM. Disamping itu dengan adanya motivasi untuk menambah pengetahuan terutama dalam hal perdagangan yang tercermin dalam mengkaJI dan daGANG akan semakin melengkapi bahwa kearifan lokal dapat menjadi penggerak dalam meingkatkan daya saing UMKM termasuk di pasar global.

2. PERUMUSAN MASALAH

Kondisi pasca Pandemi dengan berbagai permasalahan yang ada dalam UMKM serta kekuatan kearifan lokal yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, maka terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

2.1. Bagaimana penerapan GUSJIGANG dalam UMKM?

2.2. Bagaimana semangat GUSJIGANG diaplikasikan sehingga dapat meningkatkan daya saing UMKM?

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Pengertian UMKM

Menurut Tambunan (2013:2) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah. merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

3.2. Pengertian Daya Saing

Menurut Porter (2008:292) mendefinisikan daya saing adalah “kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya disektor produksi. Bila sebuah organisasi melakukan pengembangan terus menerus akan mampu meningkatkan kinerja”. Menurut Z. Heflin Frinces (2011:60), daya saing diartikan sebagai kekuatan atau kemampuan dan keunggulan yang dibangun dari potensi dan sumber daya yang berasal dari dalam dan luar organisasi secara terencana dan sistematis untuk melakukan perlawanan atas adanya potensi laten atau nyata mengganggu, menggeser, melawan dan atau memusnahkan posisi, keberadaan dan eksistensi pihak yang akan disaingi.

3.3. Kearifan Lokal

Kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri (Wibowo 2015:17). Identitas dan Kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergeseran nilai-nilai. Kearifan lokal adalah salah satu sarana dalam mengolah kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik. Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam bahasa asing sering juga dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat *local wisdom* atau pengetahuan setempat *local knowledge* atau kecerdasan setempat *local genius* (Fajarini 2014:123).

3.4. GUSJIGANG

Solichin Salam (2006:13) menegaskan bahwa Sunan Kudus dalam sejarahnya tampil sebagai seorang tokoh yang kuat. Sementara legenda yang masih berkembang menyebutnya sebagai seorang wali yang sakti, yang dapat berbuat sesuatu di luar kesanggupan otak dan tenaga manusia biasa. Ketokohan itulah yang kemudian diturunkan dalam tiga karakter manusiawi, yaitu gusjigang. Untuk kata pertama dari gusjigang adalah kata bagus. Kata ini mempunyai arti, bahwa manusia harus selalu mengupayakan agar tampilan luar atau fisiknya tetap dalam kondisi bagus dan menarik. Sebagai umat muslim, juga harus mau dan pintar ngaji atau mau mengerti tentang agama dan mau belajar serta memperdalam agama Islam. Cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengikuti atau mendengarkan ceramah atau pengajian. Selain itu, dapat pula dilakukan dengan rajin membaca kitab suci Al Quran. Dan yang tidak kalah penting dari kedua hal tersebut adalah kata ketiga dari gusjigang, yaitu kata dagang. Nabi SAW sangat menganjurkan umatnya untuk pandai berdagang dan mampu memperoleh pendapatan dari hasil jerih payah sendiri, yaitu dengan cara membuat usaha sendiri atau menjadi seorang pengusaha. Lambat laut, proses perubahan pemaknaan kata terjadi pada konsep gusjigang. Makna bagus yang awalnya lebih merujuk pada faktor fisik dari unsur maskulin, kemudian lebih dimaknai pada kepemilikan akhlak yang baik. Dengan begitu, warga Kudus secara luas bisa meneladaninya. Sementara kata (me)ngaji, kini juga lebih tepat dimaknai sebagai kepemilikan intelektualitas yang tinggi. Mengaji tidak hanya diartikan membaca kitab suci saja, tapi juga membaca literatur secara luas, bahkan juga membaca alam. Sedangkan dagang juga tidak terhenti pemaknaannya pada menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan seperti yang disebut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dagang di konteks kekinian adalah juga mencipta, membuat produk yang inovatif dan diterima masyarakat dengan tetap mengingat pada tujuan awal yakni memperoleh keuntungan.

4. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam setting tertentu yang ada dalam kehidupan *riil* (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya. Jadi riset kualitatif adalah berbasis pada konsep “*going exploring*” yang melibatkan *in-depth and case-oriented study* atas sejumlah kasus atau kasus tunggal (Chariri, A., 2009)

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Penerapan GUSJIGANG dalam UMKM

Perkembangannya Kabupaten Kudus menjelma menjadi kota dagang dan Industri serta kota santri sangat menghipnotis masyarakatnya untuk menjadi enterprenuer. Fenomena masyarakat Kudus menjadi pedagang yang berbudi luhur tidak lepas dari pada pengaruh ajaran Sunan Kudus yang dikenal dengan gusjigang. Gusjigang merupakan akronim dari “gus” adalah bagus yang artinya berperilaku baik, “ji” adalah “ngaji” artinya berilmu atau cerdas, dan “gang” adalah dagang atau berwirausaha “enterprenuer”. Filosofi gusjigang itu sendiri bersumber dari Sunan Kudus yang sampai saat ini sebagai penanda ataupun ciri masyarakat Kudus sebagai perwujudan karakter. masyarakat yang mempunyai perilaku bagus, berilmu dan mempunyai jiwa enterpreneur. Di sisi lain, gusjigang yang menjadi ciri budaya lokal masyarakat kudus telah mengalami degradasi seiring dengan perkembangan jaman serba modern ini. Falsafah Gusjigang dianggap suatu yang aneh dan asing bagi penerusnya. Ketidaktahuan mereka terhadap gusjigang dikarenakan informasi ataupun penanaman nilai kearifan lokal mulai menipis. Dan pada akhirnya sekarang mereka tidak mengetahui apalagi memahami dan mengamalkan nilai-nilai falsafah gusjigang sebagai dasar kehidupan sehari-hari.6 Melihat pentingnya ajaran luhur atau nilai-nilai falsafah gusjigang sebagai kearifan lokal, perlu dipertahankan dan dikembangkan sebagai penanda kekayaan kasanah budaya dan identitas kota Kudus. Sebagaimana yang disampaikan Said, budaya gusjigang dengan tiga core values adalah bagian dari warisan budaya

lokal yang diwariskan oleh Sunan Kudus yang perlu dikembangkan dan juga dilestarikan. Salah satu jalur yang relevan dalam pengembangannya nilai-nilai tersebut melalui etnopedagogi.

Pandemi Covid-19 mengubah Perilaku Konsumen dan Peta Kompetisi Bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya pembatasan kegiatan. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sedangkan perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu *Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility*. Perusahaan yang sukses di era pandemi merupakan perusahaan yang dapat beradaptasi dengan 4 karakteristik tersebut. Dengan begitu, pelaku usaha termasuk UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat menumbuh-kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi (*social entrepreneurship*). Dalam berinovasi tentunya penerapan mengaJI dalam arti luas yaitu mencari ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pengetahuan di bidang perdagangan sangat penting diterapkan dalam UMKM terutama saat kondisi pasca pandemi seperti ini.

Semangat dan motivasi untuk selalu terus berdaGANG menjadi motivasi dari para pelaku UMKM dalam menghadapi masa-masa sulit selama dan pasca pandemi. Krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berbeda pada saat krisis moneter tahun 1998 di mana UMKM betul betul menjadi penyelamat ekonomi nasional yang pada saat itu mampu meningkat hingga 350 persen ketika banyak usaha besar yang kolaps. Namun pada saat pandemi Covid-19 saat ini, justru UMKM yang sangat terdampak. Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa di rumahkan.

Di saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online. Pelaku UMKM pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, seyogyanya diikuti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat survive, serta bisa berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal. Digitalisasi menjadi sebuah kebutuhan penting, terbukti di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memberikan kenaikan pada pemanfaatan e-learning, eCommerce, literasi digital, permintaan delivery, dan kebutuhan alat kesehatan/kebersihan.

Dari beberapa kondisi di atas sangatlah tepat bahwa semangat GUSJIGANG dapat diterapkan dalam UMKK terlebih lagi dalam menghadapi kondisi krisis selama dan pasca pandemi. Diperlukan pelaku UMKM yang bagus dalam berperilaku yang berarti amanah dan dapat dipercaya dalam menjalankan bisnis UMKK. Semangat pengembangan dan peningkatan pengetahuan serta inovasi dalam menghadapi perubahan kultur dan habit atau kebiasaan yang berubah dalam masa pandemi. Motivasi untuk selalu tegar dalam menghadapi kondisi apapun dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya adalah motivasi yang juga terdapat dalam kearifan lokal GUSJIGANG sehingga pelaku usaha UMKM tidak merasa putus asa dan selalu mencari peluang-peluang baru dalam kondisi apapun.

5.2. Semangat GUSJIGANG Diaplikasikan Sehingga Dapat Meningkatkan Daya Saing UMKK

Gusjigang merupakan salah satu bentuk kearifan lokal yang melekat di masyarakat Kudus. Terlebih jika memusatkan perhatian ke Kudus kulon, yakni pusat peradaban agama Islam di Kota Kudus. Sunan Kudus mengajarkan kepada masyarakat Kudus dan sekitarnya bahwa selain mementingkan kehidupan duniawi, harus juga diseimbangi dengan kehidupan akhirat. Sebagaimana yang telah tercermin dalam ajaran gusjigang itu sendiri.

Gusjigang boleh jadi hanyalah mitos lokal yang menjadi sistem kepercayaan masyarakat. Namun, spirit lokalitas tersebut tentunya memiliki legitimasi historis yang bersambung dengan realitas saat ini. Kearifan lokal Gusjigang, yang merupakan ajaran arif Sunan Kudus, menjadi

spirit etik bisnis para pengusaha atau saudagar Kudus, di mana spirit tersebut menyatu, menginternalisasi melalui laku bisnis.

Menyambut tantangan global yang semakin deras, maka semangat kearifan lokal tampaknya menjadi oase yang akan menyegarkan kehidupan. Spirit yang mentradisi ini akan menyublim menjadi karakter tangguh dalam menjalankan roda ekonomi dengan integritas Islami yang merahmati. Spirit lokal yang mampu mewarnai laju arus global inilah yang kiranya menjadi terminologi baru, glocalitas.

Secara konsep, glocalitas mengacu pada istilah glocalisasi yang telah diperkenalkan pada tahun 1990-an. Istilah ini dipopulerkan oleh sosiolog Roland Robertson, di mana glocalisasi dideskripsikan sebagai hasil penyesuaian lokal baru terhadap tekanan global. Dengan kata lain, glocalisasi mengisyaratkan munculnya tendensi universal dan terpusat secara bersamaan. Sebagai contoh, menjamurnya restoran McDonald's di seluruh dunia adalah contoh globalisasi. Adapun perubahan menu restoran demi menarik konsumen lokal adalah contoh glocalisasi. Dan, konsep ini bagi bisnis global menjadi prasyarat yang tak tertawarkan. Sebagaimana konsep pemasaran, bahwa konsumen menjadi referensi utama dalam menentukan jenis dan karakter sebuah produk.

Gusjigang sebagai spirit glocalitas berarti semangat berbisnis dengan tetap menjaga nilai Islam dan perilaku etik adalah strategi dalam bersaing global. Dalam konteks MEA, maka spirit Gusjigang akan menjadi cambuk semangat dalam berbisnis secara baik, tidak menggunakan pola menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuan. Dan, nilai lokal ini jika mampu disosialisasikan secara baik, khususnya melalui dunia dagang atau bisnis, maka lambat laun akan menjadi nilai universal yang bisa digunakan oleh semua orang.

Menurut Tambunan (2012), tingkat daya saing suatu negara di kancah perdagangan internasional, pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat acquired atau dapat dikembangkan/ diciptakan. Selain dua faktor tersebut, tingkat daya saing suatu negara sesungguhnya juga dipengaruhi oleh apa yang disebut *Sustainable Competitive Advantage* (SCA) atau keunggulan daya saing berkelanjutan. Ini terutama dalam kerangka menghadapi tingkat persaingan global yang semakin lama menjadi sedemikian ketat / keras atau *hyper competitive*. peluang yang sangat besar bagi para pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Namun hal tersebut juga bisa menjadi bumerang tatkala pemerintah Indonesia tidak menggenjot dan mendukung kegiatan ekonomi kreatif di Indonesia sehingga ditakutkan konsumen potensial ini akan dipikat oleh produk-produk kreatif dari luar negeri dan pada akhirnya kita hanya menjadi bangsa konsumen seperti yang kita alami selama ini. Peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini diperlukan oleh pelaku UMKM lokal untuk menghadapi persaingan usaha yang makin ketat. Sebab, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi seluas-luasnya untuk mengembangkan usahanya sehingga mereka bisa cepat maju dan siap secara global.

Salah satu keunggulan komparatif (*comparative advantage*) adalah keunikan usaha atau produk yang dihasilkan oleh UMKM sedangkan salah satu keunggulan kompetitif adalah jiwa kewirausahaan. Dari dua faktor yang ada ini semangat GUSJIGANG selaku kearifan lokal dapat dijadikan sebagai motivasi dan pendorong dari keunggulan komparatif dan kompetitif. Untuk menumbuhkan keunggulan kompetitif dapat dilakukan didukung oleh filosofi GUSJIGANG yaitu Bagus dan dagang yang berkaitan dengan jiwa kewirausahaan yang ada. Menjadi seorang wirausaha yang memiliki sifat amanah, jujur dan baik serta ditunjang dengan jiwa seorang wirausahawan akan menumbuhkan dan meningkatkan keunggulan kompetitif sebagai salah satu peningkat daya saing. Faktor keunggulan komperatif dapat ditumbuhkan dari semangat mencari ilmu pengetahuan dari filosofi mengaji. Diperlukan kreatifitas dan inovasi dari seorang pelaku UMKM.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Semangat GUSJIGANG dapat diterapkan dalam UKMK terlebih lagi dalam menghadapi kondisi krisis selama dan pasca pandemi. Diperlukan pelaku UMKM yang bagus dalam berperilaku yang berarti amanah dan dapat dipercaya dalam menjalankan bisnis UMKM. Semangat pengembangan dan peningkatan pengetahuan serta inovasi dalam menghadapi perubahan kultur dan habit atau kebiasaan yang berubah dalam masa pandemi. Motivasi untuk selalu tegar dalam menghadapi kondisi apapun dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya adalah motivasi yang juga terdapat dalam kearifan lokal GUSJIGANG.
2. Diperlukan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif didalam meningkatkan daya saing yang semuanya itu dapat diperoleh dengan semangat dari kearifan lokal GUSJIGAN.

6.2. Saran

Mendorong peningkatan kontribusi UMKM terhadap ekspor perlu perang Pemerintah memberikan insentif fiskal bagi Pusat Logistik Berikat (PLB) IKM melalui penangguhan PPN dan Bea Masuk, serta Kemudahan Impor untuk Tujuan Ekspor (KITE) IKM melalui pembebasan PPN dan Bea Masuk. Dukungan pemerintah untuk meningkatkan daya saing UMKM dilakukan melalui pemberian insentif fiskal dan non fiskal, kemudahan izin berusaha, sertifikasi, dukungan promosi, informasi pasar ekspor dan kemudahan akses pasar, serta dukungan permodalan, baik melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB), Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), maupun Bantuan Pelaku Usaha Mikro (BPUM). Dari segi regulasi, pemerintah juga perlu mengeluarkan tentang Kemudahan, Pelindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Chariri, A. (2009), *Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- Fajarini, U. (2014). *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter*. Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN).
- Princes, Z. Heflin. (2011). *Manajemen SDM: Kiat Memenangkan Persaingan Global*. Yogyakarta: Gradasi Media.
- Michael E. Porter. (2008). *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tangerang: Kharisma Publishing.
- Solichin Salam, (2006). *Ja'far Shadiq : Sunan Kudus*. Kudus: Menara Kudus.
- Tambunan, Tulus. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Wibowo, Agus. (2015). *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.