

EDUKASI LITERASI EKONOMI INTERNASIONAL BAGI PELAKU UMKM : MENGHADAPI TANTANGAN GLOBALISASI DAN DIGITALISASI PERDAGANGAN

Rafika Rahmadani¹⁾, Miftakhur Rohmah²⁾, Dahlia Fernandez³⁾, Fitria Nur Masitoh⁴⁾, Ade
Haryawan⁵⁾

^{1,2,5} Fakultas Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda, Indonesia

³The National University of Malaysia, Malaysia

⁴Institut Agama Islam Uluwiyah Mojokerto, Indonesia

¹Rafika@unuha.ac.id, ²Rohmah@unuha.ac.id, ³Dahliafernandez111@gmail.com, ⁴Fitri@lecturer.uluwiyah.ac.id,

⁵Adeharyawan@gmail.com

Diterima 20 November 2025, Direvisi 29 Januari 2026, Disetujui 30 Januari 2026

ABSTRAK

Globalisasi dan digitalisasi perdagangan menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memiliki literasi ekonomi internasional serta keterampilan digital agar mampu bersaing di pasar global. Namun, hasil analisis situasi awal menunjukkan bahwa pelaku UMKM mitra masih memiliki pemahaman yang rendah terkait konsep ekonomi internasional, mekanisme perdagangan global, serta kemampuan memanfaatkan platform digital lintas negara, sehingga peluang ekspor dan pemasaran internasional belum dimanfaatkan secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi ekonomi internasional dan keterampilan digital pelaku UMKM melalui pendekatan pelatihan edukatif dan pendampingan berbasis kebutuhan mitra. Mitra sasaran kegiatan adalah 20 pelaku UMKM binaan Universitas Nurul Huda yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan, dan perdagangan daring. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi program, workshop literasi ekonomi internasional, pelatihan pemasaran digital, praktikum penggunaan platform e-commerce global, serta pendampingan dalam penguatan profil digital usaha. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi praktik digital peserta, serta monitoring pascapelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta sebesar 40,3%, dengan skor rata-rata meningkat dari 62,4 menjadi 87,6, serta sebanyak 80% peserta telah mampu membuat dan mengelola profil digital usaha secara mandiri. Dengan demikian, program pengabdian ini terbukti efektif dalam meningkatkan soft skill literasi ekonomi internasional dan hard skill digitalisasi UMKM dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perdagangan digital.

Kata kunci: Literasi Ekonomi Internasional; UMKM, Digitalisasi Perdagangan; Pendampingan; Ekspor.

ABSTRACT

Globalization and digitization of trade require Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to have international economic literacy and digital skills in order to compete in the global market. However, the results of the initial situation analysis show that MSME partners still have a low understanding of international economic concepts, global trade mechanisms, and the ability to utilize cross-border digital platforms, so that export and international marketing opportunities have not been optimally utilized. This community service activity aims to improve the international economic literacy and digital skills of MSME players through an educational training approach and needs-based mentoring. The target partners of this activity are 20 MSME players under the guidance of Nurul Huda University who are engaged in the culinary, handicraft, and online trading sectors. The methods used in this activity included program socialization, international economic literacy workshops, digital marketing training, practical training on the use of global e-commerce platforms, and mentoring in strengthening business digital profiles. The activity was evaluated through pre-tests and post-tests, observation of participants' digital practices, and post-training monitoring. The results of the activity showed a 40.3% increase in participants' knowledge, with the average score increasing from 62.4 to 87.6, and 80% of participants were able to create and manage their business digital profiles independently. This service program has proven to be effective in improving soft skills in international economic literacy and hard skills in MSME digitalization in facing the challenges of globalization and digital trade.

Keywords: *International Economic Literacy; MSMEs; Trade Digitalization; Mentoring; Exports.*

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan revolusi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan struktural terhadap sistem perekonomian global. Perdagangan internasional yang sebelumnya dibatasi oleh batas geografis kini bertransformasi menjadi ekosistem yang saling terhubung melalui teknologi informasi dan komunikasi (Pratama, 2024). Transformasi ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing di tingkat global (Selaković et al., 2023). Namun demikian, globalisasi yang disertai digitalisasi perdagangan juga melahirkan tantangan baru yang kompleks, khususnya bagi UMKM yang belum memiliki kesiapan literasi ekonomi internasional dan kemampuan digital yang memadai (Dethine et al., 2020).

UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional memiliki peran strategis dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) (Tambunan, 2019). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), UMKM berkontribusi sekitar 60,5% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Meskipun demikian, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih relatif rendah, yaitu sekitar 15,7%, jauh tertinggal dibandingkan negara-negara ASEAN lain seperti Thailand (29%) dan Malaysia (35%). Rendahnya kontribusi ini menunjukkan bahwa potensi UMKM Indonesia dalam perdagangan global belum dimanfaatkan secara optimal. Salah satu faktor utama penyebabnya adalah rendahnya literasi ekonomi internasional yang berdampak pada ketidaksiapan pelaku UMKM dalam memahami regulasi perdagangan lintas negara, strategi ekspor, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran global (Dian & Mulyani, 2019); (Dian & Mulyani, 2019).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan sistem ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), di mana penguasaan informasi dan teknologi menjadi sumber utama keunggulan kompetitif (Powell, 2004). Kemampuan memahami, menganalisis, dan mengimplementasikan strategi bisnis digital menjadi prasyarat penting dalam memenangkan persaingan global (Nsights et al., 2013). Namun, (Erlanitasari, 2019) menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih berada pada tingkat literasi digital dasar, sehingga belum mampu mengoptimalkan platform digital

untuk memperluas jaringan bisnis internasional. Keterbatasan pemahaman terhadap sistem pembayaran lintas negara, keamanan transaksi digital, serta manajemen logistik internasional menjadi hambatan signifikan dalam proses internasionalisasi UMKM (Li, 2023).

Permasalahan serupa juga ditemukan pada UMKM binaan Universitas Nurul Huda. Hasil observasi awal dan wawancara menunjukkan beberapa kendala utama, antara lain: (1) rendahnya literasi ekonomi internasional yang tercermin dari minimnya pemahaman tentang mekanisme ekspor-impor dan dinamika pasar global; (2) keterbatasan kemampuan digital, khususnya dalam pemanfaatan platform e-commerce global dan pemasaran digital; (3) terbatasnya jejaring usaha dan akses informasi internasional; serta (4) belum optimalnya kesesuaian pelatihan yang tersedia dengan kebutuhan praktis UMKM, sehingga pengetahuan yang diperoleh sulit diterapkan secara langsung dalam konteks usaha (Kurniawati & Arifin, 2022).

Universitas sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan literasi dan kapasitas tersebut melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Emasealu et al., 2015). Program edukasi literasi ekonomi internasional bagi pelaku UMKM yang dilaksanakan oleh Universitas Nurul Huda merupakan bentuk kontribusi akademik dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha agar lebih adaptif terhadap dinamika globalisasi dan digitalisasi ekonomi.

Oleh karena itu, tujuan program pengabdian ini secara khusus adalah: (1) meningkatkan literasi ekonomi internasional pelaku UMKM terkait mekanisme perdagangan global, regulasi lintas negara, dan peluang ekspor; (2) meningkatkan keterampilan digital UMKM dalam memanfaatkan platform pemasaran dan e-commerce global; (3) mendampingi pelaku UMKM dalam menyusun strategi digitalisasi dan kesiapan ekspor berbasis kebutuhan usaha; serta (4) memperkuat jejaring kolaboratif antara UMKM, perguruan tinggi, dan lembaga pendukung ekspor guna mendorong peningkatan daya saing UMKM dalam rantai nilai global.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif yang menekankan pada keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam setiap tahapan kegiatan. Metode pelaksanaan dirancang agar mampu memberikan pengalaman belajar langsung yang

aplikatif dan berorientasi pada peningkatan kapasitas ekonomi serta literasi digital. Adapun tahapan dan metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan Mitra.

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan survei lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan utama terkait literasi ekonomi internasional dan penggunaan teknologi digital dalam kegiatan bisnis. Data dikumpulkan melalui observasi dan penyebaran kuesioner guna memperoleh gambaran tingkat literasi dan kesiapan digital mitra.

2. Perencanaan Program Pelatihan dan Penyusunan Materi.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim menyusun rancangan program pelatihan yang meliputi tujuan pembelajaran, struktur materi, metode penyampaian, dan evaluasi. Materi dikembangkan dengan mengacu pada literatur ilmiah terkini dan praktik terbaik dalam bidang ekonomi internasional, digitalisasi perdagangan, dan pemberdayaan UMKM.

3. Pelaksanaan Edukasi dan Workshop.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui metode *workshop*, diskusi interaktif, dan simulasi bisnis digital. Peserta diberikan pemahaman konseptual mengenai ekonomi internasional, strategi pemasaran global, serta praktik penggunaan platform digital untuk memperluas jaringan pasar. Pendekatan *learning by doing* digunakan agar peserta dapat langsung mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh dalam konteks usaha masing-masing.

4. Pendampingan dan Monitoring Pasca Pelatihan.

Setelah pelatihan, tim pengabdian melaksanakan pendampingan secara intensif untuk membantu UMKM mengimplementasikan strategi digitalisasi dan pemasaran global. Monitoring dilakukan untuk menilai perkembangan kinerja usaha mitra, hambatan yang dihadapi, serta dampak pelatihan terhadap peningkatan literasi ekonomi dan digital.

5. Evaluasi Hasil dan Refleksi Kegiatan.

Evaluasi dilakukan melalui pengukuran capaian indikator keberhasilan program menggunakan instrumen pre-test dan post-test, serta wawancara mendalam terhadap peserta. Hasil evaluasi digunakan untuk menilai efektivitas pelatihan dan menyusun rekomendasi pengembangan kegiatan di masa mendatang. Selain itu, hasil evaluasi juga menjadi dasar penyusunan laporan akhir dan

artikel ilmiah sebagai bentuk diseminasi hasil kegiatan.

6. Publikasi dan Diseminasi Luaran.

Tahap akhir kegiatan difokuskan pada penyusunan laporan akhir pengabdian, publikasi artikel ilmiah pada jurnal terakreditasi, serta penyebaran hasil kegiatan kepada pemangku kepentingan lokal. Diseminasi dilakukan dengan tujuan memperluas manfaat kegiatan dan mendorong replikasi model edukasi literasi ekonomi internasional di wilayah lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan secara bertahap dengan melibatkan pelaku UMKM di wilayah binaan Universitas Nurul Huda sebagai mitra utama. Berdasarkan hasil pelaksanaan, diperoleh sejumlah capaian yang menunjukkan peningkatan signifikan terhadap pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memahami literasi ekonomi internasional dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

Tahap pelatihan berhasil menjangkau peserta yang terdiri atas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dari berbagai sektor, antara lain kuliner, kerajinan tangan, dan perdagangan daring. Melalui sesi pelatihan intensif yang dilakukan selama tiga hari, peserta memperoleh materi mengenai ekonomi global, strategi ekspor produk lokal, serta pemanfaatan *e-commerce* internasional. Kegiatan dilaksanakan dengan metode interaktif seperti diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung menggunakan platform digital.



Gambar 1. Pelaksanaan PKM

Hasil pengukuran melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Rata-rata skor pengetahuan peserta meningkat dari 62,4 pada saat pre-test menjadi 87,6 setelah kegiatan berlangsung. Hal ini menunjukkan

bahwa edukasi yang diberikan efektif dalam meningkatkan literasi ekonomi internasional peserta. Selain itu, 80% peserta menyatakan mampu menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk mereka secara mandiri setelah mengikuti pelatihan.

Pendampingan pasca kegiatan juga menunjukkan hasil yang positif. Beberapa UMKM mitra mulai melakukan inovasi dalam pemasaran produk secara daring dengan memperluas jangkauan ke pasar regional dan internasional. Selain itu, tim pengabdian juga berhasil membantu mitra dalam membuat profil digital usaha yang lebih profesional dengan dukungan desain visual dan konten promosi berbahasa Inggris sederhana. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian digital para pelaku UMKM.

Pembahasan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi literasi ekonomi internasional berbasis digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan daya saing dan kesiapan pelaku UMKM menghadapi tantangan globalisasi perdagangan. Peningkatan kemampuan mitra dalam memahami konsep ekonomi internasional dan memanfaatkan teknologi digital memperkuat argumentasi bahwa literasi ekonomi menjadi salah satu faktor fundamental dalam keberhasilan bisnis di era global (Santoso, 2021). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Rahmawati, 2022) yang menyatakan bahwa pelatihan literasi ekonomi mampu meningkatkan kapasitas adaptif dan inovatif pelaku UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital.

Faktor penting yang mendukung keberhasilan program ini adalah pendekatan edukatif partisipatif yang digunakan selama kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk terlibat aktif dalam proses pembelajaran, berbagi pengalaman, dan menerapkan langsung materi yang dipelajari. Selain itu, keterpaduan antara teori ekonomi internasional dan praktik digitalisasi perdagangan menciptakan pembelajaran yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat mitra. Model pelatihan ini dapat dijadikan referensi untuk diterapkan pada kegiatan pengabdian serupa di berbagai daerah.

Dari hasil pengamatan lapangan, ditemukan pula bahwa masih terdapat tantangan dalam bentuk keterbatasan infrastruktur digital, kemampuan bahasa asing, serta akses terhadap pasar ekspor formal. Namun, kegiatan pendampingan yang berkelanjutan membantu mengurangi hambatan tersebut melalui bimbingan teknis dan

kolaborasi antar mitra. Dengan demikian, penguatan ekosistem pembelajaran berbasis kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan pelaku usaha menjadi faktor kunci keberlanjutan program (Hidayat, 2020).

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa literasi ekonomi internasional yang terintegrasi dengan digitalisasi perdagangan mampu memberikan dampak nyata terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Selain meningkatkan kapasitas individu, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap terbentuknya jaringan ekonomi yang lebih inklusif, berdaya saing global, dan berorientasi pada keberlanjutan. Hal ini sejalan dengan visi pembangunan ekonomi nasional yang menekankan penguatan UMKM sebagai pilar utama perekonomian Indonesia di era globalisasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada edukasi literasi ekonomi internasional bagi pelaku UMKM ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman tentang dinamika ekonomi global dan digitalisasi perdagangan sangat penting dalam memperkuat daya saing usaha lokal. Melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, dan pengembangan modul edukatif, para pelaku UMKM mampu memahami konsep perdagangan lintas negara, strategi pemasaran global, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha.

Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memahami mekanisme perdagangan internasional, penggunaan platform digital, serta kesadaran terhadap peluang dan risiko yang muncul di era globalisasi. Para peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi terhadap praktik pemasaran daring lintas negara dan mulai mengadaptasi model bisnis yang berbasis digital.

Kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan literasi ekonomi dan digital, tetapi juga membangun jejaring kemitraan strategis antara Universitas Nurul Huda, pelaku UMKM, serta lembaga pendukung pemerintah daerah. Kolaborasi ini menjadi dasar bagi penguatan ekosistem kewirausahaan berbasis pengetahuan dan teknologi yang berorientasi global.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program edukasi literasi ekonomi internasional ini berhasil meningkatkan kesiapan dan adaptabilitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi perdagangan. Kegiatan ini diharapkan dapat dilanjutkan dalam

bentuk pembinaan berkelanjutan, pengembangan inkubator bisnis berbasis digital, serta perluasan jejaring pasar internasional sebagai bentuk implementasi nyata dari pengabdian perguruan tinggi kepada masyarakat.

Saran

- ✓ Bagi Pelaku UMKM, disarankan untuk terus meningkatkan literasi ekonomi internasional dan digital melalui pelatihan berkelanjutan, agar mampu memahami dinamika perdagangan global serta memanfaatkan teknologi sebagai sarana ekspansi usaha.
- ✓ Bagi Pemerintah Daerah, diharapkan dapat memperkuat dukungan dalam bentuk kebijakan, fasilitasi akses pasar global, dan bantuan teknologi digital guna memperluas daya saing produk lokal di tingkat internasional.
- ✓ Bagi Perguruan Tinggi, khususnya Universitas Nurul Huda, kegiatan pengabdian serupa perlu dikembangkan menjadi program pendampingan jangka panjang dan riset terapan yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis digital.
- ✓ Bagi Lembaga Keuangan dan Mitra Usaha, diharapkan dapat menjalin kolaborasi strategis dengan pelaku UMKM dalam hal pembiayaan, pelatihan ekspor, serta pendampingan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan standar internasional.
- ✓ Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian lebih mendalam terkait dampak keberlanjutan edukasi literasi ekonomi internasional terhadap kinerja ekspor UMKM dan adaptasi mereka terhadap transformasi digital global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Desa Karang Marga, para pelaku UMKM pemuda mitra, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi aktif dalam pelaksanaan program PKM. Dukungan dan partisipasi semua pihak menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini, mulai dari tahap perencanaan, observasi, hingga evaluasi akhir. Tidak lupa, apresiasi mendalam diberikan kepada tim pelaksana dan mahasiswa pendamping yang telah bekerja dengan dedikasi tinggi untuk mewujudkan program ini secara berkelanjutan demi peningkatan kapasitas ekonomi digital masyarakat desa.

DAFTAR RUJUKAN

- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- Dethine, B., Enjolras, M., Monticolo, D., & Zuckerberg, M. (2020). *Digitalization and SMEs' Export Management: Impacts on Resources and Capabilities*.
- Dian, M., & Mulyani, S. (2019). *Policy Options to Remove Export Barriers Encountered by Indonesian SMEs*. 8(1), 37–69.
- Emasealu, H. U., Umeozor, S. N., Library, D. E. U. E., Harcourt, P., Harcourt, P., & State, R. (2015). *Bridging the Gap between Town and Gown: Role of Librarians in Community Service Initiatives*. 171–178.
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A. N., & Wijaya, M. (2023). Literasi digital dan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(1), 45–58.
- Erlanitasari, Y. (2019). *Informasi Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online*. 49(2), 145–156.
- Hidayat, R. (2020). Collaborative entrepreneurship ecosystem for SMEs development. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 225–238.
- Kurniawati, D., & Arifin, Z. (2022). Tantangan digitalisasi UMKM dalam perdagangan internasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 101–112.
- Li, W. C. Y. (2023). *Global Distribution of Economic Values of Cross-Border Data Flows*. 3.
- Nsights, G. E. O. F. I., Sawy, O. A. El, & Pavlou, P. A. (2013). *DIGITAL BUSINESS STRATEGY: TOWARD A NEXT*. 471–482.
- Powell, W. W. (2004). *The Knowledge Economy*. April 2014. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037>
- Pratama, L. N. (2024). *Proses Kognitif Manusia Perspektif Al Ghazali dan Implikasinya pada Pengendalian Perilaku Konsumerisme di Era Digital*. 4(2), 201–218.
- Revindo, M. D., Indrawati, S. M., & Massie, N. W. G. (2019). Policy options to remove export barriers encountered by Indonesian SMEs. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 8(1), 37–69. <https://jurnal.isei.or.id/index.php/isei/article/view/12>
- Selaković, M., Ljepava, N., Tarabasz, A., & Stojanović, I. (2023). *E-Business as Catalyst for Global Transformation of SMEs: A Middle East Perspective*. 12(3), 1838–1844. <https://doi.org/10.18421/TEM123>

- Santoso, A. (2021). Digital literacy and SMEs competitiveness in the global era. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 115–128.
- Tambunan, T. (2019). *Recent evidence of the development of micro , small and medium enterprises in Indonesia. 4.*
- Wibisono, Y. Y., & Sitorus, H. M. (2021). The role of internationalization orientation in mediating the relationship between capabilities and intention to export: An empirical analysis on SMEs. *International Journal of Industrial Management*, 12(1), 354–367.
- World Trade Organization. (2021). *World trade report 2021: Economic resilience and trade.* WTO.
- Wulandari, D., & Rahmawati, S. (2022). Empowering SMEs through economic literacy training in digital transformation era. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(1), 45–54.