

## ABSTRAK

### **Sya'bani Giffard Wahyu Ilhami (1194040129): Upaya Perluasan Domain Pasar Pelaku UKM Berbasis Modernisasi (Studi Kasus Deskriptif PT. Boourac Internasional di Jakarta)**

UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan pilar yang dapat menopang perekonomian Indonesia, semenjak terjadinya pandemi, UKM mengalami penurunan produktivitas yang signifikan karena terbatasnya akses penjualan yang dimiliki. Karenanya PT. Boourac Internasional hadir dengan tujuan meningkatkan produktivitas UKM melalui perluasan pangsa pasar melalui teknologi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan PT. Boourac Internasional dalam memperluas pangsa pasar para pelaku UKM. Peran PT. Boourac Internasional terhadap perluasan domain pasar para pelaku UKM. Serta untuk mengetahui faktor-faktor penghambat yang dihadapi oleh PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar para pelaku UKM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Teori NeoKlasik dari Solow Swan bahwa pertumbuhan ekonomi tergantung kepada ketersediaan faktor-faktor produksi (penduduk, tenaga kerja, dan akumulasi modal) dan tingkat kemajuan teknologi. Solow mengatakan bahwa peran dari kemajuan teknologi di dalam pertumbuhan ekonomi sangat dominan. Sehingga dapat diasumsikan bahwa pertumbuhan ekonomi akan semakin baik ketika teknologi di suatu wilayah atau negara berkembang.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan mereduksi data yang didapatkan dari proses wawancara dan observasi untuk dilakukan penyusunan data, pengolahan data, hingga penarikan kesimpulan yang akan dihubungkan dengan konteks pengembangan masyarakat islam.

Berdasarkan hasil penelitian, data menunjukkan bahwa upaya perluasan domain pasar yang dilakukan oleh PT. Boourac Internasional mencakup ke semua lingkup yang bertujuan untuk memudahkan para pelaku UKM dalam memasarkan produknya secara *go international*, yakni melakukan kurasi produk UKM, mengikuti *event* pameran UKM, dan memiliki program pendidikan khusus untuk UKM yaitu *Boourac Learning Center*. Peran yang dilakukan PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar adalah dengan menjadi fasilitator dan melakukan pendampingan serta mempermudah para pelaku UKM untuk memasarkan produknya secara global, seperti memberikan kemudahan dalam membayar produk dengan mata uang asli pembeli, dan memberikan jasa terkait pengembangan kualitas UKM. Banyak faktor penghambat yang harus dihadapi oleh PT. Boourac Internasional, diantaranya kurangnya permodalan yang dimiliki oleh para pelaku UKM, ketidaksesuaian harga lokal dengan harga global, dan masa kedaluarsa produk makanan yang singkat, namun faktor penghambat yang paling umum terjadi adalah mayoritas para pelaku UKM belum memiliki izin usaha.

**Kata Kunci:** Usaha Kecil Menengah, Upaya, Produktivitas.