

MEMETAKAN KEBIJAKAN INTERNASIONALISASI UMKM INDONESIA

Luthfina Ariyani

Pusat Riset Ekonomi Industri, Jasa, dan
Perdagangan, Badan Riset dan Inovasi
Nasional, Jakarta, Indonesia
E-mail: luth004@brin.go.id

Ringkasan Eksekutif

Analisis ini bertujuan untuk merumuskan berbagai alternatif kebijakan dalam mendukung internasionalisasi UMKM Indonesia melalui identifikasi dan perbandingan dengan kebijakan internasionalisasi UMKM di negara-negara Amerika Latin dan Asia Timur. Ulasan ini merekomendasikan empat alternatif kebijakan, yaitu 1) mendorong keterlibatan aktif UMKM dan mempertimbangkan tingkat internasionalisasi UMKM dalam penentuan program pengembangan kompetensi, 2) mendorong keterlibatan UMKM melalui ekspor tak langsung, 3) mengembangkan ekosistem yang mendukung keterlibatan UMKM dalam GVC, dan 4) melakukan kajian lanjutan terhadap kesiapan UMKM Indonesia terhadap OFDI.

Kata Kunci: UMKM, Internasionalisasi, Ekspor, Kebijakan, Dukungan Pemerintah

Executive Summary

This review aims to formulate policy alternatives to support internationalization of the Indonesian MSMEs through the identification and comparison of policies on MSMEs internationalization among Latin America and East Asia countries. This study recommends four policy alternatives, namely 1) encouraging the active involvement of MSMEs and considering the level of MSMEs internationalization in developing competency development programs, 2) encouraging MSME involvement through indirect exports, 3) developing an ecosystem that supports MSMEs involvement in GVC, and 4) conducting further studies on the readiness of Indonesian MSMEs on OFDI.

Key Words: MSME, Internationalization, Export, Policy, Government Support

1 | ISU KEBIJAKAN

Dalam beberapa dekade terakhir, kesadaran terhadap pentingnya internasionalisasi guna mendukung perkembangan perusahaan semakin meningkat seiring dengan perubahan yang signifikan yang terjadi di pasar global baik dalam hal komunikasi, transportasi, maupun terbukanya kesempatan bagi perusahaan untuk terlibat dalam rantai nilai global (Casprini et al., 2020; Zucchella et al., 2007). Sebelumnya, keterlibatan dalam pasar internasional hanya dimungkinkan bagi perusahaan-perusahaan berskala besar, namun keterbukaan perdagangan dan perkembangan manufaktur, transportasi, serta komunikasi semakin membuka kesempatan internasionalisasi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Dabic et al., 2020). Keterlibatan dalam pasar internasional dipercaya dapat membuka kesempatan bagi UMKM untuk lebih berkembang melalui ekspor, penyerapan teknologi, dan beroperasi di pasar internasional (Awuah & Amal, 2011; Knight, 2000; Revindo et al., 2019; Shu & Steinwender, 2019).

Di Indonesia, UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,5% dan menjadi tumpuan utama dalam penyerapan tenaga kerja sebesar 96,92%¹. Sayangnya tingkat internasionalisasi UMKM Indonesia

masih tergolong rendah, yang salah satunya dapat ditinjau melalui kemampuan ekspor UMKM Indonesia yang masih cukup rendah. Tingkat ekspor UMKM Indonesia berkisar pada level 14,37% dari total ekspor non migas pada tahun 2020 dan 15,69% dari total ekspor non migas pada tahun 2021¹. Meskipun menunjukkan peningkatan, nilai ekspor UMKM Indonesia tersebut masih lebih kecil dibandingkan negara-negara Asia Pasifik yang rata-rata mencapai 35%².

Beberapa kebijakan telah dilakukan pemerintah seperti pembiayaan kredit usaha berorientasi ekspor, penyediaan fasilitas eksibisi, kegiatan pengembangan desain, pelayanan pelaku usaha, informasi peluang pasar, bimbingan teknis dan pendampingan, promosi dan pemasaran, serta pembiayaan, penjaminan dan asuransi ekspor (Tabel 1). Namun, dengan skala dan kapabilitas yang lebih kecil serta kerentanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar, mereka tentu memerlukan dukungan dan intervensi yang lebih mendalam terutama dari pemerintah agar mereka dapat memahami kebutuhan pasar internasional dan sukses menjadi pemain di dalamnya. Selain itu, sebagian besar intervensi kebijakan yang dapat diidentifikasi berfokus pada dukungan terhadap aktivitas ekspor dan pengembangan jejaring. Sementara, kegiatan internasionalisasi dapat meliputi aktivitas yang lebih luas.

Tabel 1. Kebijakan Internasionalisasi UMKM Indonesia

Aktivitas Internasional	Sumber Daya Manusia	Keuangan	Industri & Pasar
<i>Inward Operation</i>	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi
<i>Outward Operation Export</i>	Pelatihan teknis dan manajerial; sertifikasi; bimbingan teknis & pendampingan khusus	Pembiayaan usaha berorientasi ekspor; asuransi; dan garansi ekspor; hibah	Katalog dan direktori ekspor UMKM; hibah permesinan; <i>market intelligence</i> ; seleksi UMKM potensial; konsorsium UMKM; identifikasi <i>buyer</i> potensial & <i>business matching</i> ; Mendorong pemanfaatan <i>e-commerce</i> untuk pasar internasional, terutama negara ASEAN.
<i>Network Operation</i>	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Pameran internasional; EXPO internasional; Kantor perwakilan internasional

Sumber: Revindo et al.(2019); www.kemendag.go.id, diolah

Studi literatur yang dilakukan dalam ulasan ini bertujuan untuk mengidentifikasi aktivitas internasionalisasi UMKM serta memetakan kebijakan terkait internasionalisasi UMKM dari beberapa negara lain dalam rangka merumuskan berbagai alternatif kebijakan untuk mendukung internasionalisasi UMKM Indonesia. Studi literatur dilakukan untuk memetakan internasionalisasi UMKM pada beberapa negara di wilayah Amerika Latin yang meliputi Argentina, Brasil,

Chili, Kolombia, Kroasia, Kosta Rika, Meksiko, dan Peru; serta Asia Timur yang meliputi Jepang, Korea Selatan, Tiongkok (termasuk Hong Kong dan Taiwan). Melihat bagaimana negara-negara ini menyikapi globalisasi dalam hal mendorong internasionalisasi UMKM berguna untuk Indonesia mengingat sebagian besar negara-negara Amerika Latin merupakan negara dengan pasar berkembang yang relatif serupa dengan kondisi Indonesia.

¹<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>. Diakses pada 5 November 2022.

²<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210419/12/1383057/ekspor-ukm-indonesia-kalah-dari-negara-asia-pasifik-lain>. Diakses pada 5 November 2022

Sementara itu, dengan pasar yang jauh lebih mapan, negara-negara di Asia Timur tentunya memiliki portofolio kebijakan yang lebih luas dalam pengembangan UMKM-nya. Untuk mendukung internasionalisasi UMKM, Asia Timur telah mencapai integrasi ekonomi tingkat tinggi dalam hal transaksi perdagangan internasional dan Asia Timur telah mengembangkan lingkungan kebijakan yang menguntungkan dan cocok untuk mengglobalisasi aktivitas usaha (H. Lim & Kimura, 2010). Seperti halnya Jepang yang telah memiliki sejarah panjang dalam mendukung pengembangan UMKM di mana kebijakan-kebijakan diarahkan utamanya untuk menyamakan tingkat kemampuan dan merevitalisasi UMKM (Sato, 2015). Sementara itu, berdasarkan data antara tahun 2013-2017, dengan proporsi sebesar 97,33% dari total keseluruhan unit usaha, UMKM Tiongkok berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan 36,6% terhadap total ekspor (Altnaa et al., 2021).

2 | OPSI KEBIJAKAN

Pemetaan kebijakan internasionalisasi UMKM yang telah diterapkan di Asia Timur dan Amerika Latin didasarkan pada aktivitas internasionalisasi dan lingkup intervensi. Pemetaan dilakukan guna mengidentifikasi opsi kebijakan internasionalisasi bagi pemerintah Indonesia. Internasionalisasi UMKM tidak hanya terbatas pada ekspor, tapi melibatkan juga tiga aktivitas besar, yaitu *inward operation*, *outward operation*, dan *network operation* (Johanson & Vahlne, 2009; Welch & Luostarinen, 1992). Sementara itu, lingkup intervensi yang dipertimbangkan dalam studi ini meliputi intervensi pada aspek 1) peningkatan kompetensi dan kapabilitas sumber daya manusia, 2) keuangan, serta 3) industri dan pasar. Ketiga aspek ini dianggap sebagai faktor pendorong dalam menentukan pertumbuhan UMKM (Abrar-ul-haq et al., 2015;

Bouazza et al., 2015; Sharu & Guyo, 2015)

Dari rangkuman kebijakan internasionalisasi di Amerika Latin (Tabel 2), hasil identifikasi dalam studi literatur ini, kebijakan terkait *inward operation* tidak dapat teridentifikasi. Sementara itu, fokus utama intervensi dalam *outward operation* meliputi dukungan ekspor langsung dan tidak langsung di mana UMKM menjadi *supplier* tetap bagi perusahaan eksportir. Dukungan ekspor langsung meliputi pemberian pelatihan dan bimbingan teknis pada pemilik UMKM untuk memenuhi standar kualitas *buyer* maupun terkait teknis ekspor dan penyediaan pendanaan. Untuk lingkup intervensi industri dan pasar kebijakan meliputi penyediaan direktori ekspor untuk penyediaan informasi perdagangan, uji ekspor, analisis terhadap perkembangan pasar internasional, dan program akuisisi paten untuk akuisisi teknologi bagi UMKM. Sementara kebijakan untuk mendukung ekspor tak langsung meliputi penyediaan pelatihan, indentifikasi *buyer* eksportir besar, dan dukungan kolaborasi antar UMKM. Pada aktivitas *networking*, kebijakan diarahkan pada dukungan terhadap pameran internasional dan penyediaan kantor perwakilan internasional.

Terkait beberapa intervensi di atas, mekanisme *training* yang ditawarkan lebih fleksibel, di mana UMKM tidak selalu diberikan jenis pelatihan yang terbatas, namun UMKM dapat menerima pelatihan dalam bentuk pendanaan bagi beberapa UMKM untuk mengikuti pelatihan secara bersamaan, ataupun pelatihan bagi UMKM bersama dengan *buyer* dan *supplier*-nya sehingga UMKM dapat menentukan sendiri kebutuhan *training*-nya. Selain itu, dalam program ini terdapat skema *co-payment* dari UMKM yang mengikuti *training*, di mana UMKM yang berhasil mengikuti program dengan baik akan diberikan insentif (Berry et al., 2018).

Tabel 2. Kebijakan Internasionalisasi UMKM Amerika Latin

Aktivitas Internasional	Sumber Daya Manusia	Keuangan	Industri & Pasar
<i>Inward Operation</i>	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi
<i>Outward Operation Export</i>	Pelatihan untuk pemenuhan standar kualitas; Pendampingan	Pendanaan	Direktori ekspor; Uji Ekspor <i>Market intelligence</i> ; Program akuisisi paten
<i>Indirect export</i>	Pelatihan untuk memenuhi standar kualitas/ <i>supplier development program</i>	Tidak teridentifikasi	Identifikasi <i>buyer</i> eksportir besar Dukungan kolaborasi antar UMKM
<i>Network Operation</i>	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Pameran internasional; Kantor perwakilan internasional

Sumber: Berry et al.(2018)

Supplier development program merupakan program peningkatan kapabilitas UMKM untuk menjadi *supplier* dari perusahaan eksportir besar, diantaranya berupa pemberian investasi langsung, kredit, pertukaran

informasi, sertifikasi, dan pelatihan. Dalam hal ini, UMKM juga terlibat secara aktif untuk mengajukan proposal program pengembangan yang akan dilaksanakan (Berry et al., 2018).

Tabel 3. Kebijakan Internasionalisasi UMKM Asia Timur

Aktivitas Internasional	Sumber Daya Manusia	Keuangan	Industri & Pasar
<i>Inward Operation</i>	Jasa konsultasi dari perusahaan khusus terkait manajemen impor	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi
<i>Outward Operation</i>	Lembaga pusat untuk memantau perkembangan teknologi dan menyediakan layanan teknologi bagi UMKM	Insentif Pajak dan program subsidi lokasi dan keringanan pajak bagi UMKM yang terlibat dalam R&D; <i>regional hubs</i> untuk menarik pendanaan dari perusahaan multinasional bagi <i>start-up</i> dan UMKM inovatif	Menentukan fokus pengembangan pada industri yang spesifik; konsultasi strategi dan pengembangan <i>brand global</i> .
<i>Export</i>	Dukungan layanan translasi dan interpretasi; Pelatihan produksi & manajemen; Pelatihan ekspor & <i>marketing online</i> ; Pelatihan <i>tailor-made</i> dari <i>expert</i> di negara importir; Sertifikasi dan lisensi internasional; <i>global incubating internship program</i> ; <i>global startup school</i> ; <i>global acceleration programme</i> untuk <i>start-up</i> ; <i>Export voucher</i> ; Jasa konsultasi dari perusahaan khusus terkait manajemen ekspor	Asuransi ekspor; program pinjaman dengan bunga rendah bagi UMKM ekspor berprestasi; jaminan kredit UMKM berorientasi ekspor;	Penyediaan informasi dan riset pasar; Seleksi UMKM dengan potensi ekspor; Identifikasi & <i>matching buyer</i> ; Inkubator ekspor / kantor internasional & layanan konsultasi dan ekspor; konsorsium ekspor; program FDI dan promo ekspor untuk wirausaha perempuan
<i>Global Value Chain</i>	<i>Supplier Development Program</i>	Asuransi & Kredit; insentif bagi perusahaan besar yang berkolaborasi dengan UMKM	Analisis kondisi pasar internasional; Pengembangan <i>cluster</i> ; Akses ke rantai suplai multinasional, Mendorong pemanfaatan <i>e-commerce</i> untuk pengadaan internasional
<i>Outward FDI (OFDI)</i>	Pelatihan; konsultasi <i>expert</i> ; seminar investasi	Pendanaan	Informasi OFDI; pengelolaan HAKI;
<i>Network Operation</i>	Tidak teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Menyelenggarakan EXPO Internasional; delegasi; mendorong kerjasama dengan Perusahaan Milik Negara yang sudah memiliki pasar internasional

Sumber: Abonyi (2015), Altnaa et al.(2021), Berry et al. (2018), Lee (2020), Park et al. (2020)

3 | ANALISIS OPSI KEBIJAKAN

Dalam kaitannya dengan dukungan terhadap ekspor, terdapat banyak kemiripan antara program-program yang telah disediakan di Indonesia maupun Asia Timur dan Amerika Latin. Program pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) seperti pengembangan kemampuan manajerial dan teknis bagi pemilik UMKM melalui pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan khusus yang telah dijalankan di Indonesia serupa dengan implementasi di wilayah tersebut, terutama untuk aspek pembiayaan, penyediaan informasi, dan pengembangan

kompetensi. Beberapa pelatihan ekspor di Indonesia juga dimungkinkan untuk mendapatkan sertifikat sebagai bentuk pengakuan terhadap keahlian yang telah didapatkan. Sementara itu, dalam kaitannya dengan *network operation*, kebijakan Indonesia memiliki pendekatan yang serupa dengan kebijakan di kedua wilayah perbandingan.

Selain beberapa kesamaan di atas, terdapat beberapa pendekatan-pendekatan yang diterapkan pada kedua wilayah perbandingan yang dapat menjadi pertimbangan bagi Pemerintah Indonesia, yaitu: 1) Mekanisme pembiayaan untuk pelatihan di mana

topik pelatihan dapat dipilih sendiri oleh UMKM secara kolektif, penerapan *co-payment* dan insentif, serta mekanisme *export voucher* yang dapat meningkatkan peran aktif UMKM dalam peningkatan kapabilitas UMKM. Program-program pengembangan tidak hanya bersifat *top-down*, namun juga bersifat *bottom-up* berdasarkan identifikasi kebutuhan UMKM; 2) Berbeda dengan dukungan terhadap ekspor, informasi terkait kebijakan untuk mendukung ekspor tidak langsung, keterlibatan dalam GVC, serta OFDI masih sangat sulit untuk ditemukan. Oleh karena itu, implementasi kebijakan di kedua wilayah perbandingan dapat menjadi gambaran awal langkah kebijakan yang dapat diambil oleh pemerintah Indonesia. Secara umum aspek persamaan dan perbedaan ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Aspek Perbedaan dan Persamaan Kebijakan Internasionalisasi

Aspek Persamaan	Aspek Perbedaan
<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan kompetensi pengusaha • Penyediaan informasi pasar dan pendampingan teknis • Pembiayaan UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan pelatihan secara kolektif dengan topik sesuai kebutuhan UMKM • <i>Export voucher</i> • Kebijakan terhadap ekspor tidak langsung, GVC, dan OFDI bagi UMKM

4 | REKOMENDASI KEBIJAKAN

Ekspor sudah menjadi fokus Pemerintah Indonesia. Pilihan sebagai *indirect* eksportir dapat menjadi strategi jangka pendek, sementara pengembangan ekosistem untuk mendorong keterlibatan UMKM dalam GVC dan OFDI menjadi strategi jangka panjang. Secara lengkap rekomendasi kebijakan yang diusulkan adalah:

- 1) Mendorong keterlibatan aktif UMKM dalam pengembangan kompetensi dengan menginisiasi program-program yang bersifat *bottom-up*. Beberapa contoh program dari kedua negara dapat menjadi pertimbangan. Selain itu, faktor tingkat internasionalisasi UMKM dalam penentuan program pengembangan kompetensi dapat menjadi tambahan pertimbangan sehingga program menjadi lebih tepat sasaran.
- 2) Mendorong keterlibatan UMKM melalui ekspor tak langsung. Hal ini bermanfaat bagi UMKM yang belum dapat melakukan ekspor secara langsung, namun dapat terus membangun kapabilitasnya secara bertahap terutama untuk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan industri besar.
- 3) Mengembangkan ekosistem yang mendukung keterlibatan UMKM dalam GVC, diantaranya melalui meningkatkan peran klaster-klaster

industri dengan industri besar sebagai *anchor*, mendorong kerjasama antara industri besar, UMKM, dan akademisi; pemberian insentif finansial bagi perusahaan besar yang bekerjasama dengan UMKM.

- 4) Melakukan kajian lanjutan terhadap kesiapan UMKM Indonesia terhadap OFDI.

Selain itu, beberapa hal berikut juga perlu menjadi perhatian dalam rangka mensukseskan internasionalisasi UMKM. Pertama, penyebaran informasi yang masif dan jelas dengan memanfaatkan media digital seperti *website* kementerian menjadi penting untuk dilakukan, mengingat jumlah UMKM Indonesia yang tersebar luas. Kedua, keberlanjutan program disertai dengan evaluasi program yang terukur diperlukan agar intervensi kebijakan menjadi lebih efektif. Ketiga, kolaborasi antar aktor yang terlibat baik pemerintah maupun organisasi publik dan swasta pada lingkup nasional maupun regional sangat penting untuk mendukung intervensi yang tepat sasaran dan menghindari program intervensi yang tumpang-tindih. Keempat, tidak dapat dipungkiri bahwa proses internasionalisasi merupakan proses pengembangan kapabilitas yang tidak hanya membutuhkan intervensi kebijakan pemerintah, namun juga peran aktif UMKM untuk menggali informasi, membangun jejaring, serta mengembangkan kemampuannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abonyi, G. (2015), 'Best Policy Practices for Internationalization of SMEs' Trade and Investment for ASEAN and East Asia', in Oum, S. P. Intarakumnerd, G. Abonyi and S. Kagami (eds.), Innovation, Technology Transfers, Finance, and Internationalization of SMEs' Trade and Investment, ERIA Research Project Report FY2013, No.14.Jakarta: ERIA, pp.37-96.
- Abrar-ul-haq, M., Razani, M., Jali, M., & Islam, G. N. (2015). Factors Affecting Small and Medium Enterprises (SMES) Development in Pakistan. *American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences*, 15(4), 546–552. <https://doi.org/10.5829/idosi.aejaes.2015.15.4.12572>
- Altnaa, U., Vasa, L., & Neszmélyi, G. I. (2021). The Role of Network Ties on SMEs Internationalization Process in the Developing Countries / Emerging Markets: *International Journal of Economics and Business Administration*, 9(1), 274–291.
- Awuah, G. B., & Amal, M. (2011). Impact of globalization: The ability of less developed countries' (LDCs') firms to cope with opportunities and challenges. *European Business Review*, 23(1), 120–132. <https://doi.org/10.1108/09555341111098026>

- Berry, A., Kim, W. H., Mah, J. S., Suh, J. H., & Urmeneta, R. (2018). *Innovation and SME internationalization in Korea and Latin America and the Caribbean: Policy experiences and areas for cooperation*. Santiago.
- Bouazza, A. B., Ardjouman, D., & Abada, O. (2015). Establishing the Factors Affecting the Growth of Small and Medium-sized Enterprises in Algeria. *American International Journal of Social Science*, 4(2), 101–115.
- Casprini, E., Dabic, M., Kotlar, J., & Pucci, T. (2020). A bibliometric analysis of family firm internationalization research: Current themes, theoretical roots, and ways forward. *International Business Review*, (January 2019), 101715. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101715>
- Dabic, M., Maley, J., Dana, L., Novak, I., & Pellegrini, M. M. (2020). Pathways of SME internationalization: a bibliometric and systematic review. *SMALL BUSINESS ECONOMICS*, 55, 705–725.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411–1431. <https://doi.org/10.1057/jibs.2009.24>
- Knight, G. (2000). Entrepreneurship and Marketing Strategy: The SME Under Globalization. *Entrepreneurship and Marketing Strategy*, 8(2), 12–32.
- Lee, J. (2020). *Digital infrastructure for the internationalization of small and medium-sized enterprises in the Republic of Korea*. Santiago.
- Lim, H., & Kimura, F. (2010). *The Internationalization of Small and Medium Enterprises in Regional and Global Value Chains* (No. ADBI Working Paper 231). Retrieved from <http://www.adbi.org/working-paper/2010/07/29/3972.intl.enterprises.regional.global.value.chains/>
- Park, S., Jeong, S., & Kim, E.-J. (2020). Government Support for Human Resource Development and Internationalization of Small- and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in South Korea. In D. H. Lim, S. W. Yoon, & D. Cho (Eds.), *Human Resource Development in South Korea Theory and Cases* (pp. 57–82). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-54066-1>
- Revindo, M. D., Gan, C., & Massie, N. W. G. (2019). Factors Affecting Propensity to Export: The Case of Indonesian SMEs. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(3), 263–288.
- 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.
- Sato, Y. (2015). *Development of Small and Medium Enterprises in the ASEAN Economies*. Retrieved from https://www.jcie.org/japan/j/pdf/pub/publst/1451/9_sato.pdf
- Sharu, H., & Guyo, W. (2015). Factors Influencing Growth of Youth Owned Small and Medium Enterprises in Nairobi County, Kenya. *International Journal of Science and Research*, 4(4), 973–980.
- Shu, P., & Steinwender, C. (2019). The Impact of Trade Liberalization on Firm Productivity and Innovation. *Innovation Policy and the Economy*, 19(1), 39–68.
- Welch, L. S., & Luostarinen, R. K. (1992). *Inward-Outward Connections in Internationalization*. (January 1991), 44–56.
- Zucchella, A., Palamara, G., & Denicolai, S. (2007). The drivers of the early internationalization of the firm. *JOURNAL OF WORLD BUSINESS*, 42, 268–280. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.008>