

Pendampingan Pengembangan Bisnis Umkm: Peluang Dan Tantangan Umkm Anggota Persatuan Srikandi Kreatif Indonesia Daerah Aceh

Surna Lastri^{1*}, Syamsidar² dan Evriyenni³

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Aceh

Jalan Muhammadiyah No 91 Batoh Banda Aceh Indonesia

³ Universitas Islam Negeri Arraniry

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Indonesia

e-mail: ¹surna.lastri@unmuha.ac.id, ²syamsidarse@gmail.com, ³evri.yenni@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan bisnis memerlukan tingkat kreativitas yang tinggi dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan. Kreativitas dalam dunia bisnis, yang didukung oleh kemajuan teknologi informasi, telah mengubah cara pandang pelaku bisnis dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini tidak hanya berlaku untuk bisnis skala besar, tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh sektor UMKM untuk keperluan pemasaran. UMKM PERSIKINDO di Daerah Aceh diharapkan memiliki kemampuan dan keterampilan terkait kreativitas bisnis. Oleh karena itu, Tim Dosen dari FE Universitas Muhammadiyah Aceh dan UIN Arraniry melakukan kolaborasi pelaksanaan kegiatan pendampingan pengembangan bisnis UMKM dengan melihat aspek peluang dan tantangan UMKM anggota PERSIKINDO daerah. Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM PERSIKINDO dalam memanfaatkan peluang-peluang dan kebutuhan operasional bisnis dan melihat strategi untuk menghadapi tantangan yang dapat menyebabkan kegagalan dalam pengembangan usaha. Peserta pelatihan bersemangat dan narasumber pun mampu menciptakan diskusi dua arah yang baik. Hasil evaluasi dan pengawasan yang dilakukan, hasil penerapan pendampingan, peserta sudah menerapkan 72% memasukkan media sosial ke dalam strategi promosi untuk pengembangan usahanya.

Kata Kunci: Peluang, tantangan, pengembangan bisnis

Abstract Business operations require a high level of creativity and the ability to adapt to change. Creativity in the business world, supported by advances in information technology, has changed the perspective of business people in running their businesses. This does not only apply to large-scale businesses, but can also be utilised by the MSME sector for marketing purposes. PERSIKINDO MSMEs in the Aceh Region are expected to have the ability and skills related to business creativity. Therefore, a team of lecturers from FE Universitas Muhammadiyah Aceh and UIN Arraniry collaborated on the implementation of MSME business development assistance activities by looking at aspects of the opportunities and challenges of regional PERSIKINDO member MSMEs. The purpose of this training activity is to improve the skills of PERSIKINDO MSME players in utilising opportunities and business operational needs and see strategies to deal with challenges that can cause failure in business development. The participants were enthusiastic and the resource persons were able to create a good two-way discussion. The results of the evaluation and supervision carried out, the results of the



application of assistance, participants have implemented 72% incorporating social media into promotional strategies for business development.

Keywords: *Opportunities, challenges, business development*

Pendahuluan

Perekonomian suatu negara bergantung pada UMKM. Dengan menghimpun investasi sebanyak 60,4%, UMKM mampu menyerap 97% tenaga kerja yang tersedia dan berdampak positif pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Perluasan perekonomian negara juga banyak terbantu oleh UMKM. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, ada empat kategori usaha di Indonesia: mikro, kecil, menengah, dan besar. Indonesia adalah rumah bagi semua varietas ini. Kebijakan pemerintah bertujuan untuk mendorong pertumbuhan sektor bisnis, yang pada gilirannya bermanfaat bagi perekonomian dan kehidupan warganya. Hal ini terutama berlaku pada sektor UMKM, yang mempekerjakan banyak orang.

UMKM diharapkan dapat mempercepat pemulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, memitigasi dampak pandemi, dan memastikan semua orang mendapat manfaat dari pandemi ini (Edy Sutrisno, 2021; Harjowiryono & Siallagan, 2021). Kelanjutan pemulihan konsumsi masyarakat serta peningkatan investasi dan ekspor akan mendorong kinerja (Tajuddin et al., 2021). Ini sejalan dengan agenda prioritas lintasan keuangan yang dibicarakan pada pertemuan Presidensi G20 Indonesia. Kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan masalah dan bertahan dalam situasi sulit, apakah itu krisis atau pandemi, menunjukkan ketahanan bisnis mereka (Rif'ah, 2022). Tidak diragukan lagi, dunia usaha dapat meningkatkan ketahanan, yang didefinisikan sebagai kapasitas untuk beradaptasi dan bertahan. Namun, UMKM memerlukan dukungan pemerintah untuk membantu mereka tetap bertahan dan terus mendorong kegiatan perekonomian. Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan kapasitas keuangan UMKM menjadi salah satu tantangan terbesar yang mereka hadapi selama ini, baik dalam kondisi normal maupun ekstrem seperti pandemi COVID-19. Beberapa masalah struktural yang perlu diselesaikan juga termasuk kualitas (Safitri, 2020).

Pemasaran digital menjadi suatu imperatif yang harus diadopsi oleh semua perusahaan, termasuk UMKM, karena merupakan strategi pemasaran yang efisien. Saat ini, pemasaran digital memainkan peran penting bagi UMKM. UMKM dapat berhasil bersaing dengan perusahaan besar meskipun sumber daya mereka terbatas dengan memanfaatkan pemasaran digital. Pemasaran digital menawarkan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka, menarik lebih banyak klien, dan meningkatkan penjualan. Metode pemasaran digital yang mungkin diterapkan oleh UMKM antara lain membangun dan mengoptimalkan situs web, memanfaatkan media sosial, dan memperluas basis konsumen mereka (Febriyantoro & Arisandi, 2018; Riwoe & Mulyana, 2022; Sasa et al., 2021). Kemudian terkait dengan pentingnya kompetensi pelaku UMKM dalam memahami pembukuan dan juga pengelolaan keuangan, sehingga tidak ditemukan lagi pelaku UMKM menggabungkan pengeluaran pribadi kedalam keuangan usaha (Saraswati et al., 2023). Disamping itu juga perlu memperhatikan kemampuan pegiat UMKM tentang digital marketing yang akan memberikan dampak pada peningkatan pendapatan usaha (Adinugroho et al., 2023; Maydiantoro et al., 2021).

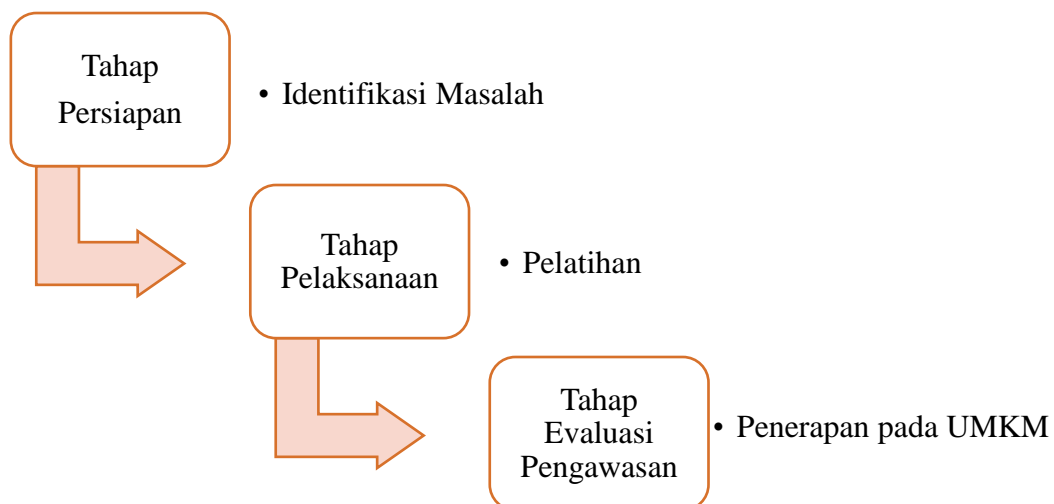
UMKM di Aceh menghadapi tantangan dan peluang. Meningkatnya persaingan berbasis digital, dimana perusahaan-perusahaan besar dengan sumber daya pemasaran yang lebih besar bersaing dengan perusahaan-perusahaan kecil, merupakan salah satu hambatan

tersebut (RRI.co.id, 2023). Namun, ada juga peluang bagi UMKM di Aceh, seperti dukungan dan infrastruktur yang disediakan oleh pemerintah, termasuk keringanan pajak dan pengurangan pajak dan retribusi daerah (Cwts.ugm.ac.id, 2022). Peluang lainnya adalah pengembangan sistem pembayaran digital seperti Digipay, yang dapat membantu UMKM menjadi digital dan memperluas jangkauan mereka (Ridwan et al., 2019; Yulianto, 2022). Mempromosikan dagangannya merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh UMKM di Aceh (Pemerintah Kota Banda Aceh, 2020) Terlepas dari tantangan-tantangan ini, ada harapan bagi UMKM di Aceh untuk memperluas jangkauan mereka menuju tingkat nasional dengan produk mereka (Pemerintah Kabupaten Aceh Besar, 2023).

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas dapat dilihat bahwa pelaku UMKM di Aceh khususnya anggota persatuan srikandi kreatif Indonesia yang terdiri dari industri Kreatif dan UMKM di Aceh membutuhkan pengetahuan terkait dengan peluang dan tantangan yang dihadapinya. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang aksesibilitas pasar dan visibilitas, akses informasi dan edukasi serta dukungan ekosistem dalam mendukung dan menunjang bisnis para pelaku UMKM seperti akses permodalan dari industri keuangan dan kebiasaan Masyarakat setempat untuk mengubah perilaku menjadi digital minded. Diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan bermanfaat dan tepat sasaran bagi semua anggota PERSIKINDO Daerah Aceh dan berdampak luas pada pengangkatan bisnis UMKM nya.

Metode

Kegiatan pendampingan dilakukan dengan beberapa tahapan, hal ini dilakukan untuk memudahkan penerapan dalam melakukan pendampingan kepada peserta PERSIKINDO DAERAH ACEH untuk melihat beberapa peluang yang bisa dilakukan oleh peserta dan juga melihat berapa banyak tantangan yang mereka hadapi, adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Proses metode pelaksanaan tahapan kegiatan di atas dijabarkan di bawah ini:

- a. Identifikasi masalah.

Tahap ini adalah tahapan pertama yang dilakukan yaitu terlibat dalam pelaksanaan rapat kerja daerah anggota persikindo yang dilaksanakan oleh Dewan Pengurus Daerah (DPD) Aceh. Pada tahapan ini mendapatkan beberapa rekomendasi terkait dengan perlunya pendampingan atau pelatihan untuk penguatan usaha, membangun jaringan bisnis serta perlunya pemahaman terkait dengan keberlanjutan usahanya.

b. Pelaksanaan Pelatihan

Pada tahapan ini diisi dengan pemaparan materi terkait dengan pentingnya pemahaman pengembangan bisnis tentang peluang dan tantangan bisnis UMKM dan keberlanjutannya.

c. Pengawasan

Tahapan ini pemateri melakukan pengawasan dan sekaligus evaluasi kepada peserta pelatihan apakah materi yang di ajarkan diterapkan atau dipraktekkan usahanya yaitu dengan membuat atau mengembangkan media digital sebagai promosi usahanya.

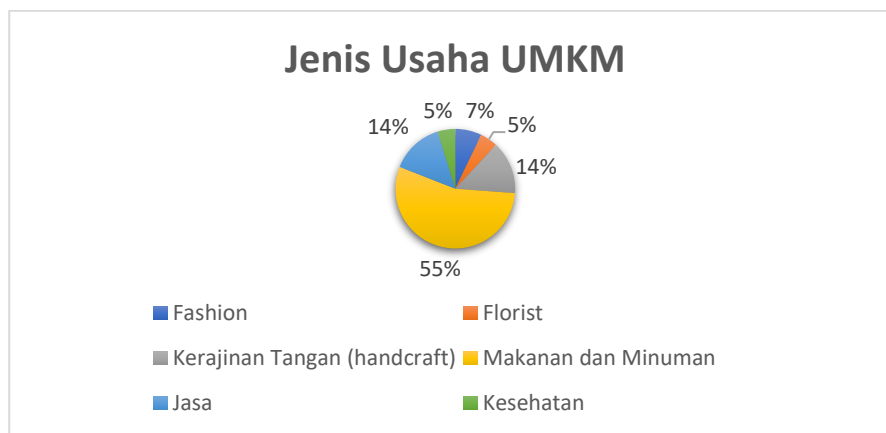
Hasil dan Pembahasan

Perkumpulan Srikandi Kreatif Indonesia (PERSIKINDO) adalah wadah pemersatu bagi perempuan kreatif warga negara Indonesia yang bergerak dalam bidang perekonomian. . Sesuai dengan persyaratan undang-undang dan peraturan terkait, kelompok ini muncul dengan tujuan bersama untuk mencapai tujuan bersama di tingkat regional, nasional, dan dunia. PERSIKINDO adalah kelompok profesional yang memajukan kesejahteraan dan kreativitas anggotanya sekaligus mendukung program pemerintah yang bertujuan untuk memperbaiki masyarakat secara keseluruhan. Itu tidak berafiliasi dengan lembaga pemerintah mana pun dan tidak mengambil sikap politik. Tujuan dari organisasi ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mempertemukan perempuan kreatif di Indonesia yang bekerja di industri kreatif, UMKM, dan wirausaha kreatif dalam organisasi PERSIKINDO; 2) Memperkuat dan meningkatkan kerja sama usaha antar anggota, serta antar anggota lembaga usaha kreatif lainnya (swasta, koperasi, dan pemerintah) dalam perannya sebagai pelaku usaha perekonomian nasional dan industri kreatif; 3) Aktif mengupayakan dan mengembangkan iklim kerja, usaha, dan kreativitas yang lebih baik bagi anggotanya, sehingga anggotanya dapat berpartisipasi aktif dalam Pembangunan Nasional sebagai salah satu penopang perekonomian bangsa; 4) Untuk mengatur dan melaksanakan inisiatif untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan anggotanya; 5) Untuk mengatur dan melaksanakan inisiatif untuk meningkatkan kualitas hidup para anggotanya secara keseluruhan; 6) Mendorong dan mendukung pertumbuhan dan pengembangan industri kreatif dalam organisasi PERSIKINDO; 7) Mengorganisir dan mengawasi partisipasi anggota organisasi dalam berbagai prakarsa, prakarsa, dan prakarsa nasional yang bertujuan. 8) Membuat kemajuan dalam memajukan perempuan tangguh dan kreatif yang mewakili budaya dan identitas Indonesia, serta menjaga citra tersebut tetap mutakhir.



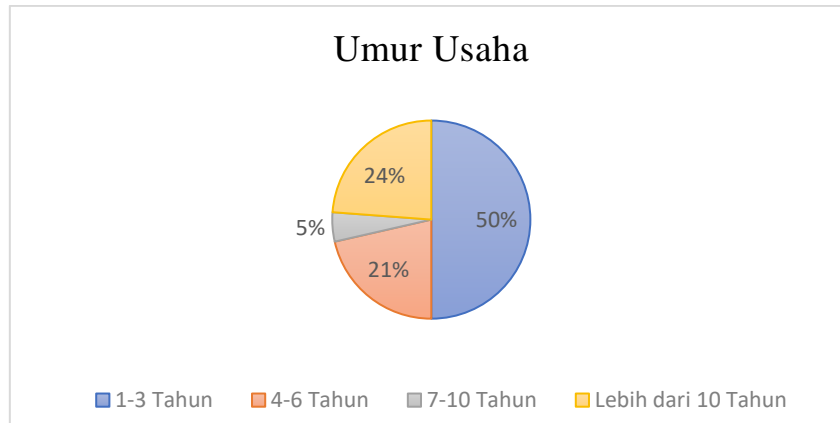
Gambar 2. Pemaparan Materi

Kegiatan pendampingan pengembangan bisnis UMKM melihat aspek peluang dan tantangan UMKM anggota PERSIKINDO di Aceh. Kegiatan diikuti sebanyak 42 anggota, sebelum dimulai materi pelatihan, pemateri meminta para peserta untuk mengisi google form dengan untuk mengetahui jenis usaha umkm dan juga umur usahanya. berikut data kepesertaan berdasarkan jenis usahanya.



Gambar 2. Jenis Usaha UMKM Anggota PERSIKINDO

Berdasarkan gambar 1 di atas terlihat bahwa jenis usaha peserta pelatihan terbagi dalam dalam 6 jenis katagori usaha, dalam hal total aktivitas komersial, industri makanan dan minuman menempati urutan pertama dengan 55% dari total aktivitas, diikuti oleh jasa dan kerajinan tangan dengan 14%, industri fashion dengan 7%, kesehatan dengan 5%, dan toko bunga dengan 5%. Di antara enam kategori tersebut, industri makanan dan minuman memiliki konsentrasi usaha tertinggi. Pada pelatihan ini pemateri juga mendapatkan informasi dari peserta tentang umur usaha atau lamanya bisnis yang sudah dijalankan oleh peserta.



Gambar 3. Umur Usaha UMKM Anggota PERSIKNDO

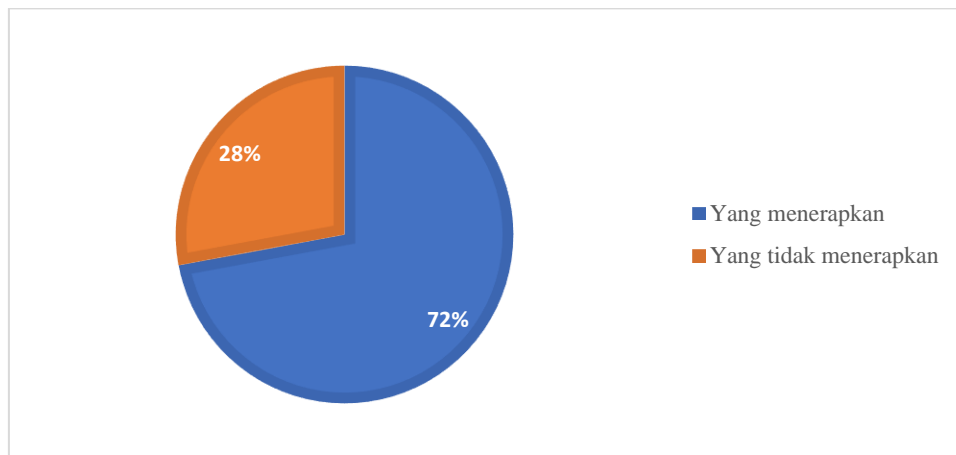
Berdasarkan gambar usaha diatas, dari 42 orang peserta di ketahu bahwa sebanyak 50% masih berumur 1-3 tahun, kemudian dilanjutkan yang kedua sebesar 24% yang berumur lebih dari 10 tahun, sebesar 21% berumur 4-6 tahun dan 5% lagi berumur 7-10 tahun.

Berdasarkan data dari link google yang sudah terkumpul, pemateri langsung menampilkan data di atas dan melanjutkan materi terkait tentang pengembangan bisnis UMKM dengan melihat peluang dan tantangannya. Program kegiatan pelatihan dan pendampingan ini di laksanakan pada tanggal 10 Desember 2023 yang bertempat di Hotel Hijrah Lambaro Aceh Besar. Kegiatan pendampingan ini di laksanakan dengan metode:

- a. Metode ceramah, metode ini di gunakan untuk melakukan pendekatan yang memberikan penjelasan mengenai konsep bisnis UMKM dan perkembangannya di Aceh dalam menghadapi tantangan dan peluang, salah satu tantangan adalah peningkatan persaingan di era digital, dimana bisnis besar semakin kuat karena mempunyai anggaran yang besar dan menjadi ancaman bagi bisnis yang kecil, aspek pemasaran yang masih tradisional dan lain-lain. Kemudian pada aspek peluang dukungan infrastruktur yang diberikan pemerintah pada aspek keringanan pajak dan retribusi daerah, pengembangan system pembayaran yang dapat membantu UMKM menjadi digital dan memperluas jangkauannya..
- b. Metode tanya jawab. Dalam pendekatan ini, peserta dengan antusias menanyakan berbagai pertanyaan terkait peluang yang perlu diambil atau dilaksanakan agar usahanya dapat berkembang. Tujuannya untuk mengungkap hal-hal yang belum dipahami sepenuhnya oleh peserta.
- c. Metode studi kasus, Dengan menggunakan strategi ini, pengguna diajak untuk berpartisipasi aktif dalam taktik pertumbuhan usaha, seperti membuat konten menarik untuk media sosial dan pemasaran digital. Agar mereka dapat mempraktekkan apa yang telah mereka pelajari ketika mengelola perusahaan, para peserta terlibat dalam kegiatan ini untuk mendalami dan menerapkan materi yang ditawarkan. Kemampuan untuk menyesuaikan sasaran segmentasi dengan produk usahanya sendiri merupakan prasyarat untuk berpartisipasi. Dengan harapan UMKM Persikindo semakin memperluas pasar dan menjual dagangannya dalam skala nasional bahkan global.
- d. Evaluasi hasil kegiatan dilakukan dalam upaya mencapai tujuan kegiatan yang optimal. Observasi instruksional dan sesi tanya jawab berfungsi untuk menilai kemandirian pelatihan. Hal ini dilakukan untuk mengukur seberapa baik kinerja indikator keberhasilan pelatihan. Seiring berjalannya program, tim pembicara mengevaluasi tingkat keterlibatan dan kompetensi peserta. Tingkat ketertarikan

terhadap sesi ini terlihat dari banyaknya dan mendalamnya pertanyaan yang diajukan mengenai topik yang dibahas.

Tahapan terakhir pemateri melakukan evaluasi dan pengawasan dari hasil kegiatan dilakukan dalam upaya mencapai tujuan kegiatan yang optimal. Berikut hasil evaluasi dan pengawasan dari 42 orang anggota yang menerapkan dan yang tidak menerapkan beberapa strategi pengajaran yang sudah dilakukan.



Gambar 4. Penerapan Materi Ajar

Dari hasil evaluasi dan pengawasan didapat bahwa dari total peserta yang berjumlah 42 peserta yang menerapkan beberapa strategi pengajaran yaitu membuat konten untuk media sosial dan juga pemasaran digital sebanyak 72% sedangkan yang tidak menerapkan sebesar 28%.

Program Pengabdian kepada masyarakat yang diadakan oleh tim dosen dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan UIN Arraniry telah berhasil dan berjalan lancar dan sukses menyelenggarakan kegiatan ini. Secara umum, para pelaku UMKM PERSIKINDO antusias dengan kegiatan baru ini dan tampak bersemangat untuk memanfaatkan materi pendampingan. Semangat untuk mengembangkan rencana pemasaran yang sukses dengan memanfaatkan media sosial secara cerdas. Peserta UMKM sadar bahwa mereka berisiko kehilangan uang dan tidak dapat mengoptimalkan operasionalnya jika tidak beradaptasi dengan baik. Di era yang terus berkembang ini, ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dapat menyebabkan bisnis tergeser oleh perubahan tersebut.

Para anggota kelompok pelatihan UMKM PERSIKINDO berharap acara ini dapat berlanjut di lain waktu dengan materi-materi lain yang lebih luas. Tujuannya adalah untuk membantu UMKM, khususnya di wilayah Aceh, dengan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang berbagai aspek usaha mereka. Hal ini akan memungkinkan pelaku UMKM mampu bersaing dengan sukses dalam kondisi atau iklim bisnis saat ini.



Gambar 4. Pemaparan Materi dan Foto Bersama Peserta

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan pengembangan bisnis UMKM dengan melihat aspek peluang dan tantangan UMKM anggota PERSIKINDO di Aceh, tingkat kepuasan dan antusiasme peserta dapat dilihat dari beberapa indikator yang mana setiap orang benar-benar terlibat aktif, menaruh perhatian penuh pada setiap presentasi, dan menyesuaikan pertanyaan mereka dengan isu spesifik yang ada. Peserta pelatihan yang sangat bersemangat dan narasumber pun mampu menciptakan diskusi dua arah yang baik. Dari hasil penerapan pendampingan, peserta sudah menerapkan 72% memasukkan media sosial ke dalam strategi promosi untuk pengembangan usahanya.

Daftar Pustaka

- Adinugroho, M., Sari, R., & Rasyid, R. A. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media instagram. *Indonesia Berdaya*, 4(3), 895–902. <https://doi.org/10.47679/ib.2023493>
- Cwts.ugm.ac.id. (2022). Peluang dan Tantangan Pemberdayaan UMKM di Kawasan Ekonomi Khusus. *Pusat Studi Perdagangan Dunia, Universitas Gajah Mada*. <https://cwts.ugm.ac.id/2022/03/16/peluang-dan-tantangan-pemberdayaan-umkm-di-kawasan-ekonomi-khusus/>
- Edy Sutrisno. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor Umkm dan Pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1). <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i1.385>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2). <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Harjowiryo, M., & Siallagan, W. A. (2021). Studi Kasus Intervensi Pemerintah Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 6(3).

<https://doi.org/10.33105/itrev.v6i3.425>

- Maydiantoro, A., Jaya, M. T. B. S., Hestingtyas, W., & Rahmawati, R. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal. *JURNAL KREATIVITAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)*, 4(6). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v4i6.5293>
- Pemerintah_Kabupaten_Aceh_Besar. (2023). Pj Bupati Aceh Besar Harapkan UMKM Go Nasional. *Beranda Ekonomi*. <https://acehbesarkab.go.id/berita/kategori/ekonomi/pj-bupati-aceh-besar-harapkan-umkm-go-nasional>
- Pemerintah_Kota_Banda_Aceh. (2020). Wali Kota Sebut Pemasaran Jadi Tantangan UMKM Lokal. *Admin_Humas*. <https://bandaacehkota.go.id/berita/26605/wali-kota-sebut-pemasaran-jadi-tantangan-umkm-lokal.html>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Rifah, S. (2022). Optimalisasi Wisata Halal Di Pantura Lamongan Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Di Era New Normal. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 5(2). <https://doi.org/10.58518/al-musthofa.v5i2.1161>
- Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1). <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i1.1389>
- RRI.co.id. (2023). Era Digital, Tantangan Ataukah Peluang Bagi UMKM? *Rri/Editorial*. <https://www.rri.go.id/aceh/editorial/1958/era-digital-tantangan-ataukah-peluang-bagi-umkm>
- Safitri, I. (2020). Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19. *Univesitas Negeri Yogyakarta*, 19804244029.
- Saraswati, E., Kristianto, G. B., & Yuliarti, L. (2023). Sistem Informasi Akuntansi Menjadi Elemen Penting dalam Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Tajuddin, I., Toding, A., Roreng, P. P., & Palullungan, L. (2021). Strategi Dan Arah Kebijakan Pemulihan Ekonomi Kota Makassar Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1).
- Yulianto, F. A. (2022). Digipay dan UMKM dalam Kerangka Pelaksanaan Qanun Aceh. *Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/3955-digipay-dan-umkm-dalam-kerangka-pelaksanaan-qanun-aceh.html>