

Received: Filled 21-11-2024 | Accepted: -08-12-2024 | Published: 16-02-2025

Strategi Peningkatan Ketahanan UMKM di Aceh Dalam Menghadapi Pasar Global: Analisis dan Rekomendasi Kebijakan

Muhammad Iqbal

Bappeda Aceh

Email : iqbal.bunoffice@gmail.com

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Aceh memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar global berkat produk unggulan seperti kopi Arabika Gayo, kuliner, madu, fesyen muslim dan kerajinan tangan berbasis budaya. Namun, UMKM Aceh menghadapi tantangan signifikan, seperti rendahnya adopsi teknologi digital, keterbatasan akses pembiayaan, kurangnya pemahaman regulasi ekspor, serta lemahnya pemasaran internasional. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi UMKM di Aceh dalam menghadapi pasar global, menganalisis kebijakan pemerintah yang mendukung ketahanan dan daya saing UMKM, serta mengevaluasi strategi digitalisasi dan inovasi untuk meningkatkan daya saing global UMKM Aceh. Pendekatan deskriptif analitis digunakan dengan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang didukung analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Hasil kajian menunjukkan UMKM Aceh memiliki kekuatan berupa kualitas produk unggulan dan dukungan kebijakan pemerintah, namun menghadapi kelemahan seperti keterbatasan teknologi dan akses pembiayaan. Peluang eksternal mencakup pertumbuhan e-commerce global dan tren produk ramah lingkungan, sementara ancaman utamanya adalah persaingan produk luar negeri yang lebih murah dan fluktuasi bahan baku. Strategi prioritas meliputi digitalisasi UMKM melalui pelatihan teknologi, promosi branding produk berbasis budaya di pasar internasional, penguatan akses pembiayaan melalui fintech, serta diversifikasi produk dan pasar. Bappeda Provinsi Aceh memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM melalui kebijakan berbasis data, kolaborasi lintas sektor, dan monitoring kebijakan. Dengan implementasi strategi ini, UMKM Aceh dapat meningkatkan daya saing dan ketahanan di pasar global secara berkelanjutan.

Kata kunci: *UMKM, digitalisasi, daya saing, pasar global, kebijakan pemerintah, SWOT.*

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Aceh hold significant potential for growth in the global market due to their flagship products, such as Gayo Arabica coffee, culinary products, honey, Muslim fashion, and culturally inspired handicrafts. However, MSMEs in Aceh face significant challenges, including low adoption of digital technology, limited access to financing, lack of understanding of export regulations, and weak international marketing strategies. This study aims to identify the condition of MSMEs in Aceh in facing the global market, analyze government policies supporting MSME resilience and competitiveness, and

evaluate digitalization and innovation strategies to enhance their global competitiveness. A descriptive-analytical approach was employed using the SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) supported by IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary). The findings reveal that Aceh's MSMEs have strengths, such as high-quality flagship products and government policy support, but face weaknesses, including limited technology adoption and access to financing. External opportunities include the growth of global e-commerce and the trend toward environmentally friendly products, while the main threats are competition from cheaper foreign products and fluctuations in raw material prices. Priority strategies include MSME digitalization through technology adoption training, promoting product branding based on Aceh's culture in international markets, strengthening financial access through fintech collaboration, and diversifying products and markets. The Aceh Regional Development Planning Agency (Bappeda) plays a strategic role in supporting MSME development through data-driven policies, cross-sector collaboration, and policy monitoring. Implementing these strategies will enable Aceh's MSMEs to enhance their competitiveness and resilience in the global market sustainably.

Keywords: *MSMEs, digitalization, competitiveness, global market, government policies, SWOT.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia, setara dengan Rp9.580 triliun, dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja, yaitu sekitar 117 juta pekerja (Kadin Indonesia, 2024). Di Aceh, UMKM memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian daerah, khususnya dalam sektor perdagangan, jasa, dan industri kreatif. Berdasarkan data, UMKM di Aceh mampu memberikan kontribusi sebesar 69,11% terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) Aceh (Bappeda Aceh, 2021).

Meskipun demikian, peran UMKM di Aceh masih memerlukan penguatan untuk memastikan kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional semakin signifikan dan terintegrasi dengan dinamika pasar global. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan akses terhadap teknologi, modal, dan pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemberdayaan yang efektif, termasuk melalui pelatihan, fasilitasi kebutuhan pelaku UMKM, dan pendampingan di bidang manajemen keuangan dan pemasaran (Fadzillah, 2021). Dengan demikian, penguatan UMKM di Aceh melalui berbagai program dan kebijakan yang tepat akan meningkatkan daya saing mereka, sehingga mampu berkontribusi lebih besar dalam perekonomian nasional dan beradaptasi dengan dinamika pasar global.

Seiring perkembangan globalisasi dan ekonomi digital, UMKM di Aceh menghadapi tantangan besar untuk bersaing di pasar global dalam era globalisasi dan

ekonomi digital. Potensi yang besar dari sektor ini belum dapat dimanfaatkan sepenuhnya karena masih terbatasnya akses terhadap teknologi, pasar internasional, dan permodalan yang memadai (Wali, 2022; Sofita, 2023). Kendala-kendala tersebut menjadi penghalang utama bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di tingkat global.

Kebijakan yang memprioritaskan akses pasar global dan adopsi teknologi digital sangat diperlukan guna meningkatkan ketahanan dan daya saing UMKM. Penguatan kapasitas manajerial melalui pelatihan dan pendampingan, serta penyediaan infrastruktur digital yang memadai, merupakan langkah strategis untuk membantu UMKM memanfaatkan peluang pasar internasional secara optimal (Mahdi et al., 2024). Upaya ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kontribusi UMKM Aceh pada tingkat nasional dan global.

Ketahanan UMKM dalam menghadapi berbagai krisis terbukti kuat, terutama selama pandemi COVID-19 (Putra, 2023; Kusuma et al., 2022). Banyak pelaku usaha berhasil beradaptasi dengan cepat melalui inovasi produk dan penerapan digitalisasi untuk mempertahankan keberlanjutan usaha. Langkah-langkah ini membantu UMKM mengatasi dampak krisis, sekaligus menciptakan peluang baru ditengah perubahan kondisi ekonomi global (Sumadi, 2022).

Adopsi teknologi digital menjadi elemen penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan merespons kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Kajian menunjukkan bahwa UMKM yang lebih cepat mengadopsi teknologi digital mampu mengelola guncangan ekonomi dengan lebih efektif serta meningkatkan fleksibilitas operasional mereka. Oleh karena itu, transformasi digital bukan hanya strategi bertahan, tetapi juga menjadi kunci keberlanjutan dan daya saing di pasar global (Chairia, 2022; Fadillah & Fasa, 2021).

Digitalisasi menjadi katalis utama dalam memperkuat daya saing UMKM di pasar global. Pemanfaatan platform digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka tanpa ketergantungan pada saluran distribusi tradisional yang cenderung mahal (Nia et al., 2024). Transformasi ini memungkinkan peningkatan efisiensi operasional sekaligus memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen, baik di tingkat nasional maupun internasional (Perdana, 2024).

Di Aceh, digitalisasi UMKM masih berada pada tahap awal, tetapi penerapan e-commerce telah menunjukkan dampak positif. Peningkatan akses pasar dan efisiensi dalam proses bisnis menjadi beberapa manfaat utama yang dirasakan oleh pelaku usaha (Mahdi et al., 2024). Untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital ini, percepatan adopsi teknologi perlu didukung oleh pelatihan yang memadai serta kolaborasi lintas sektor. Langkah-langkah strategis ini sangat penting agar UMKM di Aceh mampu berkompetisi di pasar global secara lebih efektif.

Pemerintah Aceh telah merancang kebijakan strategis yang berorientasi pada penguatan infrastruktur digital, peningkatan kapasitas manajerial, dan perluasan akses pembiayaan untuk mendukung pertumbuhan UMKM (Primadani, 2022). Langkah-

langkah ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan globalisasi dan ekonomi digital. Infrastruktur digital yang memadai, seperti konektivitas internet yang andal, menjadi salah satu fondasi penting untuk mendorong UMKM agar lebih kompetitif di pasar domestik maupun internasional (Safrial, 2024).

Meskipun kebijakan ini sudah menunjukkan arah yang jelas, pendekatan yang lebih inovatif diperlukan untuk melibatkan sektor swasta dan memperkuat sinergi dengan pasar global. Kolaborasi dengan pelaku industri, baik di tingkat nasional maupun internasional, dapat membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jaringan dan mengakses pasar yang lebih luas (Aulia et al., 2024). Selain itu, pengembangan layanan logistik yang efisien akan memberikan keuntungan strategis bagi UMKM, memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang global secara optimal dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Selain itu, inovasi produk dan proses bisnis menjadi faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Produk yang dikembangkan dengan pendekatan inovatif, baik dalam hal desain, fungsi, maupun pemasaran, memiliki potensi untuk menembus pasar internasional (Fitriaty, 2023). Dukungan pemerintah untuk riset dan pengembangan produk, termasuk pemberian insentif untuk UMKM berbasis hijau, dapat meningkatkan daya saing produk lokal Aceh di pasar global. Transformasi ini harus diimbangi dengan pembangunan ekosistem kolaboratif antara pemerintah, swasta, dan komunitas lokal (Ma'ruf, 2024; Syahrol, 2024). Berdasarkan kebijakan yang terkoordinasi dan komprehensif, UMKM Aceh memiliki peluang besar untuk meningkatkan perannya dalam perekonomian nasional dan global. Sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing UMKM di era globalisasi yang semakin kompleks.

Kajian ini menjadi sangat penting karena memberikan wawasan mendalam tentang peran strategis UMKM dalam mendukung perekonomian nasional dan daerah, khususnya di Aceh. Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perkembangan ekonomi digital, penguatan UMKM melalui adopsi teknologi, pengembangan kapasitas manajerial, dan peningkatan akses pasar menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Selain itu, fokus pada inovasi produk, penyediaan infrastruktur digital yang memadai, serta dukungan kebijakan yang melibatkan berbagai pihak menunjukkan bahwa transformasi UMKM tidak hanya berperan sebagai strategi bertahan, tetapi juga menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Temuan dalam kajian ini memberikan kontribusi penting bagi para pembuat kebijakan, akademisi, dan pelaku usaha dalam merancang strategi pengembangan UMKM yang berbasis pada inovasi dan kolaborasi lintas sektor. Melalui implementasi langkah-langkah strategis yang didukung oleh riset mendalam, diharapkan UMKM di Aceh dapat memanfaatkan potensi besar mereka untuk bersaing secara global, sekaligus memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini menegaskan bahwa keberlanjutan dan daya saing UMKM merupakan pilar

penting dalam mendorong pembangunan ekonomi inklusif dan adaptif terhadap perubahan global.

METODOLOGI

kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis dengan analisis SWOT untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi peningkatan ketahanan UMKM di Aceh dalam menghadapi pasar global. Pemilihan metode analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh UMKM di Aceh dalam konteks persaingan global. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan ketahanan UMKM Aceh untuk beradaptasi dengan dinamika pasar global. kajian ini bersifat kualitatif dengan fokus pada pengumpulan data primer dan sekunder yang dapat memberikan pemahaman mendalam tentang tantangan dan peluang yang ada bagi UMKM di wilayah tersebut.

Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pemerintah daerah, serta perwakilan dari sektor swasta yang terlibat dalam pengembangan UMKM. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pandangan langsung dari mereka yang terlibat dalam operasional UMKM dan kebijakan yang mendukung. Selain itu, focus group discussion (FGD) juga akan dilaksanakan untuk menggali lebih lanjut mengenai masalah yang dihadapi UMKM di Aceh dalam menghadapi tantangan pasar global, serta untuk mencari solusi dan rekomendasi yang dapat diterapkan. Data sekunder akan diperoleh dari literatur terkait, laporan tahunan UMKM, dan kebijakan pemerintah yang relevan, yang akan digunakan untuk memperkaya analisis dan memberikan konteks lebih luas terhadap situasi UMKM di Aceh. Pengumpulan data ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang valid dan representatif tentang kondisi yang dihadapi UMKM di wilayah ini.

Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah analisis data, dimana data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan teknik pengkodean untuk mengidentifikasi tema-tema utama. kajian ini akan mengidentifikasi kekuatan (Strengths) seperti potensi produk lokal yang unggul, dukungan kebijakan pemerintah, dan semangat kewirausahaan. Kelemahan (Weaknesses) yang ditemukan mungkin meliputi keterbatasan akses ke teknologi, rendahnya kemampuan manajerial, serta kurangnya akses pasar global. Peluang (Opportunities) yang ada meliputi potensi pasar internasional, dukungan dari kebijakan pemerintah, serta akses ke pembiayaan yang lebih mudah. Sedangkan ancaman (Threats) yang akan dianalisis meliputi persaingan global yang ketat, fluktuasi ekonomi, dan perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi kelangsungan UMKM. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan validitas data, serta member

checking untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan pandangan informan (Poth, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis Metode USG (*Urgency, Sensitivity, Growth*), telah diidentifikasi beberapa isu strategis yang memiliki prioritas tinggi dalam strategi peningkatan ketahanan UMKM di Aceh dalam menghadapi pasar global. Isu yang paling mendesak adalah Akses ke Pasar Global, Digitalisasi dan Adopsi Teknologi, serta Akses Pembiayaan. Ketiga isu ini memperoleh nilai Urgency dan Sensitivity yang tinggi, menunjukkan bahwa segera ditangani, mereka memiliki dampak langsung terhadap keberhasilan UMKM dalam memasuki pasar internasional. Untuk itu, kebijakan yang diusulkan mencakup peningkatan program pemasaran internasional untuk UMKM, pengembangan kanal distribusi melalui platform e-commerce global, serta kolaborasi dengan sektor swasta dan pemerintah untuk mempermudah akses pembiayaan melalui sistem digital dan fintech.

Selanjutnya, isu terkait Keterbatasan Sumber Daya Manajerial juga menduduki posisi prioritas tinggi. Dengan nilai Growth yang tinggi, penguatan kapasitas manajerial UMKM menjadi krusial untuk mempertahankan pertumbuhan jangka panjang. Oleh karena itu, kebijakan yang disarankan adalah program pelatihan berbasis teknologi untuk meningkatkan keterampilan manajerial, serta pembentukan inkubator dan akselerator bisnis yang dapat mendukung UMKM dalam pengelolaan dan ekspansi usaha.

Isu-isu lainnya yang memiliki prioritas menengah adalah Pemasaran Internasional, Kualitas Produk yang Tidak Konsisten, Inovasi Produk dan Diversifikasi, Pelatihan dan Pengembangan SDM, dan Model Bisnis Berkelanjutan. Meskipun tidak seurgent isu-isu sebelumnya, isu-isu ini tetap memiliki dampak jangka panjang yang penting terhadap daya saing UMKM di pasar global. Untuk itu, kebijakan yang diusulkan termasuk peningkatan branding produk lokal Aceh, pelatihan pemasaran digital dan media sosial, serta penguatan standar kualitas produk melalui sertifikasi internasional. Selain itu, pendanaan untuk inovasi produk dan penerapan model bisnis berkelanjutan juga menjadi prioritas, dengan harapan dapat membuka peluang pasar yang lebih luas.

Terakhir, isu Kemitraan Publik-Swasta untuk Pengembangan UMKM juga masuk dalam prioritas menengah. Dengan adanya kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah, sektor swasta, dan UMKM, diharapkan dapat tercipta ekosistem yang lebih mendukung perkembangan UMKM Aceh. Kebijakan yang diusulkan adalah memperkuat kemitraan ini untuk menciptakan pusat inovasi dan bisnis bersama yang dapat membantu UMKM dalam mengakses pasar global dan mendapatkan pembiayaan yang lebih mudah.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil analisis USG, kebijakan yang difokuskan pada akses pasar global, digitalisasi, dan pembiayaan harus menjadi prioritas utama. Sementara itu, isu-isu yang berhubungan dengan kapasitas manajerial, pemasaran internasional, dan inovasi produk perlu mendapat perhatian yang lebih besar untuk memastikan bahwa UMKM Aceh dapat berkembang secara berkelanjutan di pasar global. Kebijakan yang terintegrasi dan terkoordinasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat akan menjadi kunci utama dalam mendukung pertumbuhan dan ketahanan UMKM di Aceh.

PILIHAN ALTERNATIF KEBIJAKAN

1. Faktor Internal

Menghadapi tantangan pasar global, faktor internal memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan kekuatan dan kelemahan UMKM di Aceh. Untuk itu, dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor internal UMKM dengan menggunakan metode Tabel IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang membantu untuk menilai faktor internal utama yang mempengaruhi keberhasilan kebijakan yang diusulkan. Tabel IFE mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang ada dalam UMKM Aceh, serta memberikan gambaran tentang bagaimana faktor-faktor internal tersebut dapat memengaruhi penerapan kebijakan.

Tabel 2. Matrix *Internal Factor Evaluation* (IFE Matrix)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
S1	Kualitas produk unggulan Aceh (kopi Gayo, kerajinan)	9	4	36
S2	Komitmen pemerintah dalam mendukung UMKM	8	3	24
S3	Adanya pelatihan kewirausahaan	7	3	21
S4	Potensi pasar global untuk produk lokal	6	2	12
Total Strength (S)		30	12	93
W1	Rendahnya tingkat adopsi teknologi digital	5	2	10
W2	Keterbatasan akses ke pembiayaan	3	2	6
W3	Rendahnya kemampuan pemasaran global	5	3	15

W4	Kurangnya SDM terampil di sektor UMKM	5	3	15
Total Weakness (W)		18	10	46
Total IFE Score		145	22	130

Sumber: Hasil penghitungan IFE Matrix (2024)

2. Faktor Eksternal

Menghadapi pasar global, UMKM Aceh dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang dapat menjadi peluang maupun ancaman. *Evaluasi faktor eksternal* (EFE) bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan pengaruh lingkungan eksternal terhadap keberlanjutan dan daya saing UMKM di Aceh. Faktor eksternal, seperti tren pasar global, kebijakan pemerintah, dan perkembangan teknologi, dapat memberikan peluang signifikan untuk mendukung pengembangan UMKM Aceh. Namun, di sisi lain, ancaman seperti persaingan dari produk luar negeri yang lebih murah, fluktuasi nilai tukar mata uang, dan kompleksitas regulasi ekspor juga menjadi hambatan utama yang harus diatasi oleh pelaku usaha.

Hasil dari analisis EFE membantu untuk memahami sejauh mana UMKM dapat memanfaatkan peluang eksternal yang ada sekaligus mengatasi ancaman yang muncul. Peluang-peluang seperti dukungan kebijakan pemerintah dalam mendorong ekspor UMKM, tren global terhadap produk lokal berbasis budaya, dan pertumbuhan e-commerce global menjadi faktor kunci yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Aceh untuk memasuki pasar internasional. Namun, ancaman seperti kurangnya kesadaran pasar global terhadap produk Aceh dan ketergantungan pada bahan baku lokal perlu dikelola dengan strategi yang tepat.

Melalui analisis EFE, diharapkan kebijakan strategis dapat dirancang untuk memaksimalkan manfaat dari peluang eksternal sambil meminimalkan dampak negatif dari ancaman. Proses ini sangat penting untuk mendukung UMKM Aceh agar tidak hanya mampu bertahan tetapi juga berkembang ditengah dinamika persaingan pasar global yang semakin kompleks.

Tabel 3. *Matrix External Factor Evaluation* (EFE Matrix)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
O1	Dukungan kebijakan pemerintah untuk program ekspor UMKM	5	4	20

O2	Tren global yang mendukung produk lokal berbasis budaya	4	4	16
O3	Pertumbuhan e-commerce global sebagai saluran pemasaran	5	5	25
O4	Ketersediaan bantuan teknis dari lembaga internasional	3	3	9
O5	Permintaan produk ramah lingkungan di pasar internasional	4	4	16
Total Opportunities (O)		21	20	86
T1	Persaingan produk luar negeri yang lebih murah	7	3	21
T2	Fluktuasi nilai tukar mata uang yang memengaruhi ekspor	6	3	18
T3	Kompleksitas regulasi ekspor di pasar internasional	5	2	10
T4	Ketergantungan pada bahan baku lokal dengan fluktuasi harga	4	3	12
T5	Rendahnya kesadaran pasar global terhadap produk Aceh	5	2	10
Total Threats (T)		27	13	71
Total EFE Score		48	33	157

Sumber: Hasil penghitungan EFE Matrix (2024)

Berdasarkan pada hasil penghitungan tersebut maka dapat ditentukan kuadran.

$$X = 93 - 86 = 7 \text{ dan } Y = 86 - 71 = 15$$

Matriks SWOT ini dibagi menjadi 4 kuadran berdasarkan kombinasi antara skor faktor internal dan eksternal:

1. Kuadran I (*Strengths-Opportunities*):

$$\text{Skor Internal (S)} = 93$$

$$\text{Skor Eksternal (O)} = 86$$

$$\text{Total} = 93 + 86 = 179$$

Ini menunjukkan kekuatan UMKM dalam memanfaatkan peluang yang ada.

2. Kuadran II (*Weaknesses-Opportunities*):

Skor Internal (W) = 46

Skor Eksternal (O) = 86

Total = $46 + 86 = 132$

Ini menunjukkan bahwa meskipun ada kelemahan, peluang tetap bisa dimanfaatkan.

3. Kuadran III (*Weaknesses-Threats*):

Skor Internal (W) = 46

Skor Eksternal (T) = 71

Total = $46 + 71 = 117$

Ini menunjukkan area di mana UMKM perlu bekerja keras untuk memperbaiki kelemahan dan menghadapi ancaman.

4. Kuadran IV (*Strengths-Threats*):

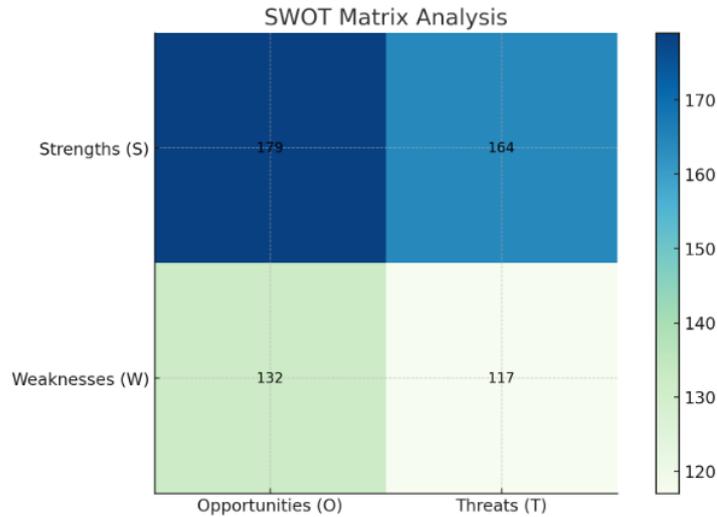
Skor Internal (S) = 93

Skor Eksternal (T) = 71

Total = $93 + 71 = 164$

Ini menunjukkan bagaimana kekuatan internal UMKM dapat dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman yang ada.

Berdasarkan penghitungan untuk menentukan sumbu X dan Y, maka strategi yang akan digunakan dalam implementasi kebijakan ini terletak pada kuadran 1.



Gambar 1. Kuadran Matriks Analisis SWOT

Berdasarkan pada hasil identifikasi maka akan dilakukan analisis dengan menggunakan Tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS).

Tabel 4. Kaji Silang IFAS dan EFAS

Faktor Internal \ Faktor Eksternal	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Strengths (Kekuatan)	Strategi SO (Strengths-Opportunities):	Strategi ST (Strengths-Threats):
	- Memanfaatkan kualitas produk unggulan (kopi Gayo, kerajinan) untuk menarik konsumen global yang menyukai produk berbasis budaya (O2).	- Menggunakan keunikan produk lokal untuk menghadapi persaingan harga produk luar negeri yang lebih murah.
	- Menggunakan e-commerce global (O3) untuk memasarkan produk Aceh secara luas.	- Memanfaatkan dukungan kebijakan pemerintah (S2) untuk mengurangi hambatan regulasi ekspor (T3).
	- Mendukung program ramah lingkungan (O5) melalui diversifikasi	- Meningkatkan kapasitas teknologi produksi (S3)

	produk berbasis keberlanjutan.	untuk mengatasi fluktuasi bahan baku lokal (T4).
Weaknesses (Kelemahan)	Strategi WO (Weaknesses-Opportunities):	Strategi WT (Weaknesses-Threats):
	- Mengatasi keterbatasan adopsi teknologi digital (W1) dengan bantuan lembaga internasional (O4).	- Mengembangkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran global (W3)
	- Memberikan pelatihan kepada SDM UMKM (W4) untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan e-commerce (O3).	- Menghadapi rendahnya kesadaran pasar global terhadap produk Aceh (T5).
	- Menyediakan akses pembiayaan yang lebih mudah (W2) untuk mendukung ekspansi UMKM di pasar global (O1, O3).	- Mengatasi keterbatasan SDM terampil (W4) melalui pelatihan adaptif guna menghadapi regulasi ekspor (T3).

Sumber: Data Pribadi yang Diolah (2024).

Tabel 5. Strategi Prioritas

No.	Kategori Strategi	Strategi Prioritas	Keterangan
1	Strategi SO	1. Memanfaatkan kualitas produk unggulan Aceh untuk menarik konsumen global berbasis budaya.	Fokus pada branding kopi Gayo, kerajinan, dan produk khas lainnya melalui kampanye internasional.
		2. Menggunakan platform e-commerce global untuk	Platform seperti Amazon, Alibaba, dan Shopee sebagai

		memperluas jangkauan pasar internasional.	saluran utama pemasaran global.
		3. Mengembangkan produk ramah lingkungan untuk memenuhi tren green economy di pasar global.	Diversifikasi produk yang menggunakan bahan baku alami dan proses produksi berkelanjutan.
		4. Mendukung program ekspor UMKM melalui kebijakan pemerintah yang proaktif.	Meningkatkan keterlibatan UMKM Aceh dalam program pelatihan ekspor dan insentif pemerintah.
		5. Menyediakan pelatihan inovasi berbasis teknologi untuk meningkatkan kapasitas produksi.	Fokus pada pelatihan manajemen produksi modern dan adopsi teknologi berbasis digital.
2	Strategi ST	1. Meningkatkan nilai tambah produk lokal melalui inovasi desain dan storytelling budaya Aceh.	Membuat produk lokal lebih menarik melalui kemasan dan promosi berbasis kisah budaya.
		2. Memitigasi dampak fluktuasi bahan baku lokal dengan diversifikasi sumber bahan baku.	Mengembangkan alternatif bahan baku lokal yang lebih stabil untuk mendukung produksi berkelanjutan.
		3. Mengatasi hambatan regulasi ekspor melalui pelatihan khusus dan pendampingan ekspor.	Membantu UMKM memahami aturan ekspor internasional dan akses pasar global.
		4. Memanfaatkan keunikan produk lokal untuk bersaing dengan produk luar negeri yang lebih murah.	Menonjolkan kualitas premium dan autentisitas produk Aceh untuk memenangkan persaingan pasar global.
		5. Memperkuat kerja sama pemerintah dengan sektor swasta untuk mendukung infrastruktur ekspor.	Membangun kemitraan strategis dalam logistik, promosi, dan distribusi internasional.

3	Strategi WO	1. Mengatasi keterbatasan teknologi digital melalui pelatihan intensif berbasis kebutuhan pasar global.	Meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM untuk pemasaran, produksi, dan manajemen usaha.
		2. Meningkatkan akses pembiayaan melalui kolaborasi dengan fintech dan lembaga keuangan.	Memberikan pinjaman mikro bunga rendah untuk mendukung ekspansi pasar internasional.
		3. Membangun kapasitas SDM melalui pelatihan manajerial dan pemasaran berbasis teknologi.	Meningkatkan kemampuan SDM dalam pengelolaan usaha dan pemasaran digital untuk bersaing global.
		4. Mengembangkan layanan pendukung dari lembaga internasional untuk mempercepat adopsi teknologi.	Meningkatkan akses pelaku UMKM terhadap sumber daya teknis dan finansial dari lembaga internasional.
		5. Meningkatkan diversifikasi produk lokal dengan inovasi sesuai kebutuhan pasar internasional.	Menghasilkan produk yang lebih bervariasi dengan menyesuaikan permintaan pasar global.
4	Strategi WT	1. Memberikan pelatihan regulasi ekspor untuk mengurangi hambatan teknis dalam perdagangan internasional.	Fokus pada penguatan pemahaman regulasi pasar internasional, seperti standar sertifikasi produk.
		2. Mengembangkan program promosi global untuk meningkatkan kesadaran pasar internasional.	Meluncurkan kampanye digital untuk mempromosikan produk Aceh di pasar internasional.
		3. Meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam pengelolaan usaha UMKM.	Mendorong penggunaan aplikasi manajemen usaha berbasis teknologi untuk meningkatkan transparansi.

		4. Membangun program kemitraan berbasis komunitas untuk memperkuat ekosistem UMKM.	Menggalang dukungan dari asosiasi pengusaha, komunitas lokal, dan sektor swasta.
		5. Mengatasi ketergantungan bahan baku lokal melalui diversifikasi rantai pasokan.	Mengembangkan jaringan pasokan bahan baku alternatif untuk memastikan keberlanjutan produksi.

Sumber: Data Pribadi yang Diolah (2024).

Berdasarkan Tabel Strategi Prioritas yang disusun dari hasil analisis IFAS dan EFAS, terdapat kombinasi strategi yang dirancang untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, mengatasi kelemahan, dan menghadapi ancaman dalam konteks peningkatan ketahanan dan daya saing UMKM Aceh di pasar global. Analisis berikut akan membahas setiap kategori strategi secara rinci.

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO mengintegrasikan kekuatan internal UMKM dengan peluang eksternal untuk menciptakan pertumbuhan agresif di pasar global. Fokus utama strategi ini adalah memaksimalkan potensi produk unggulan Aceh dan tren positif pasar global. Strategi ini menempatkan UMKM Aceh dalam posisi ofensif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang secara maksimal. Implementasi yang sukses akan meningkatkan visibilitas, pangsa pasar, dan pendapatan ekspor UMKM Aceh.

2. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST memanfaatkan kekuatan internal UMKM untuk mengatasi ancaman eksternal. Fokus utama strategi ini adalah menjaga keberlanjutan operasional di tengah persaingan pasar dan risiko yang dihadapi. Strategi ini memungkinkan UMKM Aceh untuk tetap kompetitif di tengah persaingan yang ketat dengan memanfaatkan kekuatan internal dan menerapkan langkah-langkah mitigasi risiko.

3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi WO bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal UMKM Aceh dengan memanfaatkan peluang eksternal. Fokus strategi ini adalah membangun kapasitas internal UMKM agar lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal. Strategi ini memberikan solusi komprehensif untuk mengatasi kelemahan internal UMKM Aceh. Implementasi strategi ini akan membantu UMKM untuk lebih kompetitif dan responsif terhadap peluang di pasar internasional.

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi WT dirancang untuk meminimalkan kelemahan internal sambil mengatasi ancaman eksternal. Fokus strategi ini adalah defensif, untuk memastikan kelangsungan hidup UMKM di tengah kondisi yang menantang. Strategi ini difokuskan pada langkah defensif untuk mengurangi dampak negatif dari kelemahan internal dan ancaman eksternal. Meskipun bersifat reaktif, strategi ini penting untuk memastikan stabilitas operasional UMKM Aceh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, UMKM di Aceh memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global berkat keunggulan produk lokal seperti kopi Gayo, madu, fesyen muslim, dan kerajinan yang kaya akan nilai budaya. Potensi ini memberikan harapan agar produk-produk lokal mampu menembus pasar internasional dan menunjukkan identitas khas Aceh. Namun, kenyataannya masih banyak kendala yang menghambat, terutama rendahnya adopsi teknologi digital, keterbatasan akses ke pembiayaan, dan minimnya pemahaman mengenai regulasi serta strategi pemasaran internasional. Akibatnya, mayoritas UMKM masih bergantung pada pasar lokal, sehingga belum dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk bersaing dengan produk impor yang lebih murah dan inovatif.

Pemerintah Aceh telah berupaya mendukung perkembangan UMKM melalui berbagai inisiatif seperti program pelatihan, pembiayaan mikro, dan promosi produk lokal. Kebijakan-kebijakan tersebut memberikan fondasi yang cukup kuat untuk pengembangan UMKM, dengan harapan dapat mengatasi keterbatasan yang ada dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Meski demikian, implementasi kebijakan tersebut masih perlu diperkuat, khususnya dalam hal digitalisasi dan pembangunan infrastruktur teknologi, peningkatan akses ke pasar global, serta kolaborasi yang lebih intensif dengan sektor swasta dan mitra internasional.

Dalam menghadapi tantangan global, strategi digitalisasi dan inovasi muncul sebagai kunci utama untuk meningkatkan daya saing dan ketahanan UMKM Aceh. Dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional bisnis, UMKM tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan daya respons terhadap dinamika pasar. Selain itu, inovasi produk, diversifikasi pasar, dan pembentukan kemitraan strategis menjadi langkah penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan penerapan strategi ini, UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki dan lebih siap bersaing di kancah global.

REFERENSI

- Amenta, E., & Ramsey, K. M. (2010). Institutional theory. *Handbook of politics: State and society in global perspective*, 15-39.
- Aulia, M. R., Husin, H., Nasution, A., Sofie, P. N. H., & Mauliza, E. (2024). *Kewirausahaan 5.0: Ditinjau dari Kepemimpinan dan Adversitas Kewirausahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Bappeda Provinsi Aceh. (2021). *Analisis Peran UMKM terhadap Perekonomian Aceh*. (Online). Retrieved from https://bappeda.acehprov.go.id/media/2022.08/analisis_umkm1.pdf
- Bella, S., Apriyanti, N., & Sriwijayanti, H. (2023). Enhancing financial management and accountant roles: A study on the role of technological advancements. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 435-446.
- Benardi, B., Yulianti, G., Kasih, E., & Qalbia, F. (2023). The Role Of Financial Literacy On MSMEs: A Qualitative Investigation. In *Proceeding of The International Conference on Business and Economics* (Vol. 1, No. 2, pp. 277-284).
- Bhat, S., Gijo, E. V., Rego, A. M., & Bhat, V. S. (2021). Lean Six Sigma competitiveness for micro, small and medium enterprises (MSME): an action research in the Indian context. *The TQM Journal*, 33(2), 379-406.
- Cahyani, L. I., & Raharjo, S. T. (2023). Strategies of Micro, Small, And Medium Enterprises To Be Able To Compete In The International Market. *Return: Study of Management, Economic and Bussines*, 2(4), 330-340.
- Chairia, C. (2022). Strategi Untuk Meningkatkan Kompetitif Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Rantau Prapat Selama Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 2, No. 1).
- Chopra, R., Bhardwaj, S., Baber, H., & Idris Sanusi, O. (2024). Navigating global horizons: a review of export promotion and foreign market entry strategies for small and medium enterprises (SMEs). *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(12), 2774-2790.
- Crawford, J., Cui, Z. Y. A., & Kewley, D. (2024). Government finance, loans, and guarantees for small and medium enterprises (SMEs)(2000–2021): A systematic review. *Journal of Small Business Management*, 62(5), 2607-2637.
- Distanont, A. (2020). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15-21.

- Fadillah, R., & Fasa, M. I. (2021). Digital Economic Transformation: Optimalisasi Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm. *MANOR: JURNAL MANAJEMEN DAN ORGANISASI REVIEW*, 3(2), 123-135.
- Fadzillah, N. (2021). *Strategi Pemberdayaan UMKM di Aceh: Pendekatan Manajemen Keuangan dan Pemasaran*. (Online). Retrieved from <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10996/1/Nurul%20Fadzillah%2C150802061%2CFI%2CSIP%2CIAN%2C085371837696.pdf>
- Fitriaty, F. (2023). Pengaruh model inovasi bisnis terhadap keberlanjutan bisnis pada umkm Di kawasan pariwisata Kota Jambi. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 99-109.
- Fusacchia, I., Balié, J., & Salvatici, L. (2022). The AfCFTA impact on agricultural and food trade: a value added perspective. *European Review of Agricultural Economics*, 49(1), 237-284.
- Govere, E., Chikwere, D., Chibaro, M., Mashingaidze, M., & Mandere, T. S. (2024). Enhancing Sustainability in the Modern Transport Through Eco-Friendly Packaging. In *Contemporary Solutions for Sustainable Transportation Practices* (pp. 227-253). IGI Global.
- Gunawan, A., Jufrizen, J., & Pulungan, D. R. (2023). Improving MSME performance through financial literacy, financial technology, and financial inclusion. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 15(1), 39-52.
- Handayani, T., & Abubakar, L. (2022). MSME Empowerment Policy Strategy in Order to Do Accelerating Of the Development Financial Services Ecosystem. *Rechtidee*, 17(2), 253-270.
- Hapsari, A. A., & Puspitasari, D. M. (2024). The influence of financial technology on the advancement of financial inclusion in micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in West Java. *Accounting Studies and Tax Journal (COUNT)*, 1(1), 48-60.
- Iqbal, N., Abbasi, K. R., Shinwari, R., Guangcai, W., Ahmad, M., & Tang, K. (2021). Does exports diversification and environmental innovation achieve carbon neutrality target of OECD economies?. *Journal of Environmental Management*, 291, 112648.
- Iriani, N., Agustianti, A., Suciati, R., Rahman, A., & Putera, W. (2024). Understanding Risk and Uncertainty Management: A Qualitative Inquiry into Developing Business Strategies Amidst Global Economic Shifts, Government Policies, and Market Volatility. *Golden Ratio of Finance Management*, 4(2), 62-77.
- Jin, L., & Liu, M. (2024). Unlocking Financial Opportunities: The Substantial Alleviation of Financing Constraints on Small and Micro Enterprises
*Elfaqih (Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam)*Vol. 1, No. 2, 2025 | 40

Through Digital Inclusive Finance. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-27.

Judijanto, L., Santoso, R. Y., Istianah, A., & Al-Shreifeen, I. A. (2024). Strengthening Local Wisdom-Based Entrepreneurship As An Effort To Improve The Quality Of Education In Secondary Schools. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(6), 1571-1582.

Kadaba, D. M. K., Aithal, P. S., & KRS, S. (2023). Government initiatives and digital innovation for Atma Nirbhar MSMEs/SMEs: To achieve sustainable and inclusive economic growth. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences (IJMTS)*, 8(1), 68-82.

Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia: Data dan Statistik*. (Online). Retrieved from <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia>

Kamah, M., Riti, J. S., & Bin, P. (2021). Inclusive growth and environmental sustainability: the role of institutional quality in sub-Saharan Africa. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 34885-34901.

Karman, A., Jaya, A., & Wibowo, T. S. (2022). Identification of Human Resource Management Best Practices in the MSME Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2441-2151.

Khourouh, U., Ratnaningsih, C. S., & Rahayudi, B. (2021). Inovasi dan daya saing UMKM di era new normal: dari triple helix model ke quadruple helix model. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (JMDK)*, 9(2), 152-162.

Kurniawan, , Maulana, A., & Iskandar, Y. (2023). The effect of technology adaptation and government financial support on sustainable performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2177400.

Kurniawan, , Maulana, A., & Iskandar, Y. (2023). The effect of technology adaptation and government financial support on sustainable performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2177400.

Kusuma, V. A., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. (2022). Strategi digital marketing pada usaha mikro dan menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 melalui pendekatan pemberdayaan ekonomi rakyat. *Jurnal cafeteria*, 3(1), 24-35.

Lammers, J. C., Garcia, M. A., Putnam, L. L., & Mumby, D. K. (2014). Institutional theory. *The SAGE handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods*, 195-216.

Loo, M. K., Ramachandran, S., & Raja Yusof, R. N. (2023). Unleashing the potential: Enhancing technology adoption and innovation for micro, *Elfaqih (Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam) Vol. 1, No. 2, 2025* | 41

- small and medium-sized enterprises (MSMEs). *Cogent Economics & Finance*, 11(2), 2267748.
- Lumanauw, B., & Lolowang, I. R. A. (2024). Exploring Strategic Financial Management Techniques in Entrepreneurship: A Detailed Literature Review on Practices That Drive Business Sustainability and Growth. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 1111-1132.
- Ma'ruf, A. (2024). *Tantangan Penerapan Business Plan Pada Pengembangan Kelompok Umkm Di Kota Banda Aceh (Studi Pada Umkm Banda Aceh Yang Didampingi Oleh Plut-Kumkm Provinsi Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-raniry).
- Mahdi, M., Ulfia, U., Rahmi, R., Maryam, M., Sandi, K., & Ayunda, S. (2024). Optimalisasi potensi ekonomi umkm produk lokal melalui transformasi digital Di Ibukota Provinsi Aceh. *Akbis: Media Riset Akuntansi dan Bisnis*, 8(2), 92-96.
- Maknunah, L. L. K. (2020). *Analisis Manajemen Bisnis Syariah sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi (KUB Lancar Jaya Sejahtera)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Manu, C. M. A., Judijanto, L., Arifin, Z., Pertiwi, Y. W., & Bunyani, N. A. (2023). Strategy For Implementing Digital Skills Training As An Effort To Empower Msmes In Rural Areas To Increase Competitiveness And Global Market Accessibility. *Journal of Community Dedication*, 3(4), 380-393.
- Maulana, A. N., Ardiyansyah, A., & Zam, N. (2024). Eksplorasi Pemasaran Digital melalui Facebook oleh UMKM Perdesaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16440-16450.
- Metris, D., Kraugusteeliana, K., Amory, J. D. S., Mustafa, F., & Risdwiyanto, A. (2024). The Influence of Community Support on the Sustainability of MSMEs in the Digital Era. *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*, 1(1), 21-29.
- Nia Sonani, S. E., Deni Riani, S. E. I., Fatulloh, M. A., & Sos, M. (2024). *Ekonomi Digital dan Sektor UMKM: Meningkatkan Daya Saing*. Takaza Innovatix Labs.
- Nugroho, A. P. (2023). Qualitative Investigation: Exploring the Challenges Faced by Indonesian SMEs in Accessing Financial Services in Sukabumi City. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(05), 183-193.
- Okoye, C. C., Nwankwo, D. O., Okeke, N. M., Nwankwo, E. E., & Eze, S. U. (2023). Electronic commerce and sustainability of SMEs in Anambra State. *Malaysian E Commerce Journal (MECJ)*.
- Perdana, M. A. C. (2024). *Membangun Ekonomi Lokal Berbasis UMKM*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Pertiwi, D., Darmastuti, S., & Yudhono, R. M. (2023). Indonesia's Economic Diplomacy to South Korea in Increasing Coffee Exports in 2016–2021. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 7(2), 64-79.
- Ping, K. Y. (2024). *An Integrated Business Readiness Framework of E-Marketplace Retailers in Malaysia: Extended Theory of Planned Behaviour* (Doctoral dissertation, University of Wales Trinity Saint David (United Kingdom)).
- Poth, C. N. (2023). Dilemmas and Opportunities for Mixed Methods Research Design: Handbook Introduction. *The Sage Handbook of Mixed Methods Research Design*, 1.
- Prayoga, R. A., Wijaya, G., Fitriyah, N., Wicaksono, A., & Wahyono, E. (2024). Strengthening digital capital on social media for collective social action in micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 10(1), 001-014.
- Primadani, N. R. (2022). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Pasca Pemberlakuan Qanun Lembaga Keuangan Syariah No. 11 Tahun 2018 Di Aceh (Studi Penelitian di Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Pu, G., Qamruzzaman, M. D., Mehta, A. M., Naqvi, F. N., & Karim, S. (2021). Innovative finance, technological adaptation and SMEs sustainability: the mediating role of government support during COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 13(16), 9218.
- Purnomo, Y. J. (2023). Digital marketing strategy to increase sales conversion on e-commerce platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 54-62.
- Putra, I. J. (2023). Strategi Ketahanan Untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Syariah di Kota Solok. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Ranis, G., & Fei, J. C. (1961). A theory of economic development. *The American economic review*, 533-565.
- Rizki, M., & Razali, R. (2023). Coffee Commodity Development: An Effort to Accelerate Diversification of Food Consumption Based on Local Resources in Central Aceh Regency. *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law*, 2(2), 116-130.
- Rohmah, M., Wati, S. M., Rahmadi, A., & Prabowo, S. (2023). Pendampingan Legalitas Spp-Irt Dan Halal Pada Umkm Kripik Tempe Krenyezz Dan Umkm Alza Di Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(4), 678-699.

- Rojak, J. A. (2024). Government Policy in Improving Human Resource Competencies Based on Digital Technology. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 3(2), 1-8.
- Rozy, R. (2023). *Problematika Penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Aceh (Studi Kasus UMKM di Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Safrial, S. (2024). *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-raniry).
- Saifurrahman, A., & Kassim, S. H. (2024). Regulatory issues inhibiting the financial inclusion: a case study among Islamic banks and MSMEs in Indonesia. *Qualitative Research in Financial Markets*, 16(4), 589-617.
- Schumpeter, J. A., & Swedberg, R. (2021). *The theory of economic development*. Routledge.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*, Cambridge, MA: Harvard. University Press.
- Shahadat, M. H., Nekmahmud, M., Ebrahimi, P., & Fekete-Farkas, M. (2023). Digital technology adoption in SMEs: what technological, environmental and organizational factors influence in emerging countries?. *Global Business Review*, 09721509221137199.
- Shalley, C. E. (2024). Creating roles: What managers can do to establish expectations for creative performance. In *Handbook of organizational creativity* (pp. 147-164). Psychology Press.
- Sitorus, N. B., Juliana, J., Maleachi, S., Djakasaputra, A., & Prabowo, G. (2021). Café marketing strategy analysis in the Covid-19 pandemic. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(5), 44-53.
- Sofita, R. (2023). *Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap Tingkat Pertumbuhan Pajak Daerah dan Restribusi Daerah Provinsi Aceh Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Sumadi, S. (2021). Dinamika Transformasi UMKM Di Era Digitalisasi Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS* (Vol. 4, No. 1, pp. 119-127).
- Sumartan, S., & Suriadi, S. (2024). Strategic Management: Financial Planning and Fund Management for MSMEs. *MAR-Ekonomi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 147-153.
- Syahrizal, T. M., Umuri, K., & Halim, H. (2023, December). Strategy to Increase Awareness of MSMEs Halal Certificates in Islamic Sharia-Compliant *Elfaqih (Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam)* Vol. 1, No. 2, 2025 | 44

- Provinces: Case Study in Aceh Province. In *Proceeding International Business and Economics Conference (Ibec)* (Vol. 2, pp. 25-38).
- Syahrol, M. (2024). *Strategi Pengusaha Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Di Gampong Mon Ikeun Kec. Lhoknga, Kab. Aceh Besar* (Doctoral dissertation, Uin Ar-raniry).
- Syamsari, S., Ramaditya, M., Andriani, I., & Puspitasari, A. (2022). Selecting priority policy strategies for sustainability of micro, small, and medium enterprises in Takalar Regency. *Sustainability*, *14*(23), 15791.
- Tan, C. (2022). Private investments, public goods: Regulating markets for sustainable development. *European Business Organization Law Review*, *23*(1), 241-271.
- Vásquez, J., Aguirre, S., Puertas, E., Bruno, G., Priarone, P. C., & Settineri, L. (2021). A sustainability maturity model for micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) based on a data analytics evaluation approach. *Journal of Cleaner Production*, *311*, 127692.
- Wahyuningsih, N., & Iqbal, M. (2024). Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, *5*(2), 200-223.
- Wali, M. (2022). Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, *3*(1), 33-38.
- Yasar, B. (2021). The new investment landscape: Equity crowdfunding. *Central Bank Review*, *21*(1), 1-16.
- Zhang, L., & Yu, H. (2024). Digital Marketing Evaluation of Applied Undergraduate Talent Training with E-commerce using Big Data Mining and Communication Technology Support. *Computer-Aided Design and Applications*, *21*, 103-118.