

Strategi Digitalisasi dan Inovasi UMKM untuk Mendorong Pemulihan Ekonomi Lokal di Aceh Pasca Covid-19 dalam Konteks Ancaman Resesi Global

Harmaini¹, Sudarman², Muzakir³, Said Mahdani⁴

¹Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

³Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas FISIP Universitas Teuku Umar

⁴Prodi Ekonomi Akutansi, Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

*Email Korespodensi: harmaini@utu.ac.id

Diterima: 04-11-2024 | Disetujui: 05-11-2024 | Diterbitkan: 06-11-2024

ABSTRACT

This study aims to explore the main strategies that can be adopted by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Aceh to accelerate local economic recovery after the Covid-19 pandemic, and how these strategies can mitigate the impact of the threat of a global recession. The Analytical Hierarchy Process (AHP) method is used to determine priorities among various strategies, including digitalization, product innovation, access to financing, increasing human resource (HR) capacity, and strengthening market networks. The results of the analysis show that digitalization is a top priority because of its potential to expand market reach and improve operational efficiency of MSMEs. Product innovation and easy access to microfinance are also considered important to support the sustainability and growth of MSMEs in Aceh. This study provides policy recommendations that can strengthen the resilience of MSMEs to global economic shocks after the Covid-19 pandemic, and identifies the strategic roles that must be played by local governments and the private sector in encouraging the implementation of these strategies.

Keywords: Aceh, Access to Financing, Digitalization, Product Innovation, Economic Recovery, Global Recession, MSME Strategy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi utama yang dapat diadopsi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh dalam mempercepat pemulihan ekonomi lokal pasca pandemi Covid-19, serta bagaimana strategi tersebut dapat memitigasi dampak ancaman resesi global. Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) digunakan untuk menentukan prioritas di antara berbagai strategi, termasuk digitalisasi, inovasi produk, akses pembiayaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM), dan penguatan jaringan pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi prioritas utama karena potensinya dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Inovasi produk serta kemudahan akses terhadap pembiayaan mikro juga dinilai penting untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di Aceh. Penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat memperkuat daya tahan UMKM terhadap guncangan ekonomi global pasca pandemi Covid-19, serta mengidentifikasi peran strategis yang harus dimainkan oleh pemerintah daerah dan sektor swasta dalam mendorong implementasi strategi-strategi tersebut.

Kata Kunci: Aceh, Akses Pembiayaan, Digitalisasi, Inovasi Produk, Pemulihan Ekonomi, Resesi Global, Strategi UMKM

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Harmaini, H., Sudarman, S., Muzakir, M., & Mahdani, S. (2024). Strategi Digitalisasi dan Inovasi UMKM untuk Mendorong Pemulihan Ekonomi Lokal di Aceh Pasca Covid-19 dalam Konteks Ancaman Resesi Global. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1295-1305. <https://doi.org/10.62710/d7mqa130>

PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini berfokus pada peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pemulihan ekonomi lokal di Aceh pasca pandemi Covid-19. Pandemi telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian global, terutama bagi UMKM yang merupakan tulang punggung ekonomi lokal dan berkontribusi besar terhadap penyediaan lapangan kerja serta ketahanan pangan (Wijaya *et al.*, 2021) (Rosita, 2020). Dalam konteks Aceh, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi yang mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar yang cepat (Hardilawati, 2020; Keumala, 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi strategi-strategi yang dapat diadopsi oleh UMKM untuk mempercepat pemulihan ekonomi dan mengurangi dampak resesi global yang mungkin terjadi.

Tinjauan terkait menunjukkan bahwa digitalisasi, inovasi produk, akses pembiayaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM), dan penguatan jaringan pasar merupakan strategi yang dapat diimplementasikan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka (Marisa *et al.*, 2022; Rahayu and Hidayah, 2023; Regif, 2023). Digitalisasi, khususnya, telah terbukti menjadi prioritas utama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar UMKM (Asriani *et al.*, 2022; Keumala, 2023). Selain itu, inovasi produk dan akses terhadap pembiayaan mikro juga dianggap penting untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Aceh, terutama dalam menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi dan resesi global (Hardilawati, 2020; Sobar, 2023).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi-strategi utama yang dapat diadopsi oleh UMKM di Aceh dalam konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi dan ancaman resesi. Dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas di antara berbagai strategi yang ada. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang konkret untuk memperkuat daya tahan UMKM terhadap guncangan ekonomi global, serta mengidentifikasi peran strategis yang harus dimainkan oleh pemerintah daerah dan sektor swasta dalam mendukung implementasi strategi-strategi tersebut (Zia, 2020; Suryanto, 2023).

TINJAUAN PUSTAKA

Pada konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh menghadapi tantangan yang signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi lokal, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Rosita, 2020; Wijaya *et al.*, 2021). Namun, pandemi telah mengubah lanskap ekonomi, memaksa UMKM untuk beradaptasi dengan cepat melalui berbagai strategi inovatif. Digitalisasi, sebagai salah satu strategi utama, telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar UMKM (Hardilawati, 2020; Keumala, 2023). Penelitian oleh (Widyaningtyas and Rahmawati, 2021; Regif, 2023) menekankan bahwa UMKM perlu mengembangkan strategi alternatif untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan yang cepat, termasuk memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan.

Inovasi produk juga menjadi kunci dalam mendukung keberlanjutan UMKM. (Rahayu and Hidayah, 2023; Syaipudin, 2023) mencatat bahwa pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dapat meningkatkan omzet penjualan, sementara (Ningsih, 2019; Marisa *et al.*, 2022) menyoroti pentingnya pemahaman tentang persaingan usaha yang sehat untuk mendorong inovasi di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, akses terhadap pembiayaan menjadi faktor krusial yang mempengaruhi kemampuan UMKM untuk berinovasi dan berkembang. Penelitian yang dilakukan oleh (Asriani *et al.*, 2022; Ramadhanti and Ihsannudin, 2022) menunjukkan bahwa banyak UMKM yang kesulitan dalam mendapatkan modal, sehingga memerlukan dukungan dari lembaga keuangan untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam berinovasi.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) juga merupakan aspek penting dalam strategi pemulihan. Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar (Zia, 2020; Sobar, 2023). Misalnya, pelatihan manajemen dan pembuatan produk bernilai jual tinggi dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan pasar (Sobar, 2023). Selain itu, penguatan jaringan pasar melalui kolaborasi antar UMKM dan dengan sektor swasta dapat menciptakan sinergi yang bermanfaat dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing (Suryanto, 2023) (Widyaningtyas and Rahmawati, 2021) (Widyaningtyas and Rahmawati, 2021).

Oleh karena itu dukungan kebijakan dari pemerintah daerah dalam mendorong implementasi strategi-strategi ini tidak dapat diabaikan. Pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM, termasuk melalui penyediaan infrastruktur, akses pembiayaan, dan pelatihan (Ningsih, 2019; Syaipudin, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhanti and Ihsannudin, 2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya saing produk lokal, yang sangat relevan dalam konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi utama yang dapat diadopsi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh untuk mendorong pemulihan ekonomi lokal pasca pandemi Covid-19 dan menghadapi ancaman resesi global. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), yang dikombinasikan dengan survei dan wawancara untuk pengumpulan data primer dan sekunder.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan eksploratif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi terkini UMKM di Aceh dan tantangan yang mereka hadapi pasca pandemi, sedangkan pendekatan eksploratif digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif dalam memulihkan perekonomian lokal.

Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap utama:

1. Tahap Identifikasi Strategi:

- Pada tahap ini, berbagai strategi yang relevan untuk UMKM di Aceh akan diidentifikasi melalui studi literatur, wawancara mendalam, dan diskusi dengan ahli. Strategi yang diidentifikasi meliputi digitalisasi, inovasi produk, akses pembiayaan, peningkatan kapasitas SDM, dan penguatan jaringan pasar, yang semuanya relevan dalam konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi dan resesi global.

2. Tahap Penentuan Prioritas dengan AHP:

- Metode AHP digunakan untuk memprioritaskan strategi berdasarkan berbagai kriteria yang relevan. AHP akan membantu mengidentifikasi strategi mana yang paling penting untuk diadopsi oleh UMKM di Aceh guna menghadapi tantangan saat ini. Bobot dari masing-masing kriteria akan dihitung berdasarkan perbandingan berpasangan, yang dilakukan melalui pengumpulan data dari para ahli dan pelaku UMKM.

Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data: data primer dan data sekunder.

- **Data Primer:** Data primer akan dikumpulkan melalui survei kuesioner dan wawancara mendalam. Responden yang dipilih terdiri dari pelaku UMKM, pengambil kebijakan pemerintah daerah, serta ahli di bidang pengembangan ekonomi lokal dan UMKM. Kuesioner disusun untuk mendapatkan pandangan mereka mengenai prioritas strategi pemulihan, berdasarkan lima kriteria utama: digitalisasi, inovasi produk, akses pembiayaan, pelatihan SDM, dan penguatan jaringan pasar.
- **Data Sekunder:** Data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang relevan, seperti jurnal akademik, laporan pemerintah, dokumen kebijakan, serta laporan penelitian terkait pemulihan ekonomi pasca pandemi. Data ini digunakan untuk mendukung analisis dalam menilai dampak pandemi terhadap UMKM dan efektivitas strategi-strategi yang telah diterapkan di berbagai daerah.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) akan digunakan untuk menentukan prioritas strategi. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam analisis AHP.

Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan UMKM di Aceh sebagai subjek utama. Untuk mendapatkan data yang representatif, sampel akan diambil dari berbagai sektor UMKM yang dominan di Aceh, seperti pertanian, perdagangan, perikanan, kerajinan tangan, dan pariwisata. Pemilihan responden akan dilakukan dengan metode purposive sampling, di mana hanya pelaku UMKM yang memenuhi kriteria tertentu yang akan diikutsertakan, seperti skala usaha, tingkat dampak pandemi, serta keterlibatan mereka dalam program pemulihan ekonomi.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- **Kuesioner:** Untuk mengumpulkan data dari pelaku UMKM mengenai pengalaman dan pandangan mereka tentang strategi pemulihan yang paling relevan.
- **Wawancara Semi-Struktur:** Untuk mendalami pandangan dari pengambil kebijakan dan ahli terkait prioritas strategi dan peran pemerintah serta sektor swasta dalam mendukung pemulihan UMKM.

Strategi Digitalisasi dan Inovasi UMKM untuk Mendorong Pemulihan Ekonomi Lokal di Aceh Pasca Covid-19 dalam Konteks Ancaman Resesi Global
(Harmaini, et al.)

- Software AHP: Untuk menganalisis bobot kriteria dan alternatif berdasarkan data yang dikumpulkan.

ANALISIS HASIL

Hasil dari analisis AHP akan digunakan untuk menentukan strategi prioritas yang harus diadopsi oleh UMKM di Aceh. Selain itu, penelitian ini akan menganalisis peran pemerintah daerah dan sektor swasta dalam mendukung implementasi strategi tersebut. Hasilnya diharapkan memberikan kontribusi terhadap pembuatan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi yang efektif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal pasca Covid-19 dan menghadapi ancaman resesi global yang efektif agar dapat bertahan dan berkembang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan kebijakan yang mendukung UMKM di Aceh dalam menghadapi tantangan ekonomi yang kompleks.

Penyusunan Hierarki AHP

Langkah pertama dalam AHP adalah membentuk hierarki yang terdiri dari **goal (tujuan)**, **kriteria** yang relevan, dan **alternatif strategi** yang dipertimbangkan. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi yang tepat bagi UMKM di Aceh guna mendorong pemulihan ekonomi dan mengatasi ancaman resesi global. Kriteria yang digunakan dalam analisis meliputi:

1. Digitalisasi
2. Inovasi Produk
3. Akses Pembiayaan
4. Pelatihan dan Peningkatan SDM
5. Penguatan Jaringan Pasar

Dari lima kriteria tersebut, beberapa alternatif strategi yang dipertimbangkan dan akan diprioritaskan adalah:

- Mengadopsi Teknologi Digital secara Penuh
- Pengembangan Produk Inovatif Berbasis Sumber Daya Lokal
- Peningkatan Akses Pembiayaan Mikro
- Penguatan Kolaborasi Antar-UMKM dan Koperasi
- Penyediaan Pelatihan Digital dan Manajerial

Hasil penilaian Kriteria Strategi Berdasarkan AHP

Berdasarkan hasil tabel prioritas strategi yang dihitung menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), lima strategi utama yang dapat diadopsi oleh UMKM di Aceh dalam rangka mempercepat pemulihan ekonomi pasca pandemi dan menghadapi ancaman resesi global telah diidentifikasi. Setiap strategi diberi bobot yang mencerminkan pentingnya relatif terhadap tujuan pemulihan ekonomi UMKM.

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil perhitungan Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam menentukan prioritas strategi UMKM untuk mendorong pemulihan ekonomi lokal, khususnya di Aceh, pasca pandemi Covid-19. Setiap kriteria memiliki bobot yang menunjukkan tingkat kepentingan relatifnya dalam mencapai tujuan pemulihan dan peningkatan daya saing UMKM.

Tabel 1. Penilaian Bobot dari Kriteria Strategi

Kriteria	Bobot
Digitalisasi	0.484
Inovasi Produk	0.279
Akses Pembiayaan	0.186
Pelatihan SDM	0.167
Penguatan Jaringan Pasar	0.227

Berdasarkan analisis yang dilakukan, digitalisasi memiliki bobot tertinggi sebesar 0.484, yang menunjukkan bahwa strategi ini merupakan yang paling penting untuk diadopsi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh. Adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah proses penjualan melalui platform e-commerce. Digitalisasi juga memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, terutama di tengah ketidakpastian global. Dalam konteks Aceh, di mana akses ke pasar yang lebih luas menjadi tantangan, digitalisasi dapat membantu memperkuat konektivitas dan keterlibatan UMKM dalam pasar nasional dan internasional (Hardilawati, 2020; Sugiarti, Sari and Hadiyat, 2020; Fuwa, 2022).

Kriteria tertinggi berikutnya adalah Inovasi Produk, yang memiliki bobot 0.279. UMKM yang mampu mengembangkan produk-produk inovatif sesuai dengan kebutuhan pasar akan lebih mampu bertahan dan tumbuh di tengah krisis. Inovasi produk memungkinkan UMKM untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan nilai tambah dari produk yang ditawarkan, yang sangat penting bagi pertumbuhan bisnis dalam konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi (Mayasari, Indyastuti and Daryono, 2023) (Veranita, 2023). Dengan demikian, inovasi produk tidak hanya berfungsi sebagai alat diferensiasi, tetapi juga sebagai pendorong utama dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan.

Kriteria ketiga adalah Penguatan Jaringan Pasar, dengan bobot 0.227. Kolaborasi antar-UMKM dan dengan sektor swasta, serta memperluas akses ke jaringan distribusi baru, merupakan langkah signifikan untuk meningkatkan daya saing. Penguatan jaringan pasar juga dapat membantu UMKM mengakses pasar baru di luar wilayah Aceh dan meningkatkan keberlanjutan mereka dengan memanfaatkan peluang kerjasama yang lebih luas (Christiana, 2022; Loekmono, 2023). Dengan membangun jaringan yang kuat, UMKM dapat saling mendukung dan berbagi sumber daya, yang pada gilirannya akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka.

Kriteria keempat adalah Akses Pembiayaan, yang memiliki bobot 0.186. Meskipun akses pembiayaan sering menjadi kendala utama bagi UMKM, bobot yang lebih rendah dibandingkan dengan digitalisasi dan inovasi produk menunjukkan bahwa pembiayaan mikro saja tidak cukup untuk mendorong pertumbuhan tanpa didukung oleh transformasi digital dan inovasi. Namun, akses yang lebih mudah ke

modal tetap penting untuk membantu UMKM berinvestasi dalam teknologi, memperluas bisnis, dan meningkatkan kapasitas produksi (Sugiarti, Sari and Hadiyat, 2020; Regif, 2023). Oleh karena itu, meskipun akses pembiayaan bukanlah satu-satunya faktor penentu, ia tetap berperan penting dalam mendukung upaya pertumbuhan UMKM.

Kriteria terakhir adalah Pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM), dengan bobot 0.167. Meskipun pelatihan SDM memiliki bobot terendah, hal ini tetap penting. Pelatihan yang berfokus pada peningkatan keterampilan digital, manajerial, dan teknis dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan daya saing. Namun, pelatihan SDM hanya akan efektif jika didukung oleh strategi lain yang lebih mendasar, seperti digitalisasi dan inovasi produk (Veranita, 2023) (Sumadi and Fitria, 2020). Dengan kata lain, pengembangan SDM harus menjadi bagian integral dari strategi yang lebih luas untuk memastikan keberhasilan jangka panjang UMKM di Aceh.

Hasil Penilaian Alternatif Strategi

Tahapan selanjutnya adalah penilaian alternatif strategi. Berdasarkan bobot yang dihitung dari kriteria, berikut adalah prioritas alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM di Aceh untuk mempercepat pemulihan ekonomi dan menghadapi ancaman resesi global:

Tabel 2. Penilaian Bobot Alternatif Strategi

Alternatif	Bobot
Mengadopsi Teknologi Digital secara Penuh	0.484
Pengembangan Produk Inovatif	0.279
Peningkatan Akses Pembiayaan Mikro	0.186
Penguatan Kolaborasi Antar-UMKM	0.227
Penyediaan Pelatihan Manajerial dan Digital	0.167

Strategi Mengadopsi Teknologi Digital secara Penuh memiliki bobot tertinggi, yaitu 0.484, yang menunjukkan bahwa transformasi digital adalah prioritas utama untuk pemulihan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Aceh. Digitalisasi terbukti menjadi solusi penting dalam memperluas pasar UMKM, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki pengalaman pelanggan melalui akses yang lebih cepat dan mudah. Dalam konteks Aceh, di mana akses ke pasar yang lebih luas menjadi tantangan, digitalisasi dapat memperkuat daya saing UMKM yang beroperasi di pasar lokal dan meningkatkan akses mereka ke pasar nasional dan internasional (Rosita, 2020; Wijaya *et al.*, 2021; Keumala, 2023). UMKM yang memanfaatkan e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital lebih mampu bertahan dalam situasi krisis dan mengakses pasar yang lebih luas tanpa bergantung pada interaksi fisik (Hardilawati, 2020).

Kriteria kedua adalah Pengembangan Produk Inovatif, yang menempati urutan kedua dengan bobot 0.279. Inovasi produk sangat penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM, terutama dalam menciptakan nilai tambah yang menarik bagi konsumen, baik di pasar lokal maupun internasional. UMKM yang mampu mengembangkan produk baru atau memperbaiki produk yang ada sesuai dengan kebutuhan pasar akan lebih mampu bersaing dan menarik konsumen baru (Rahayu and Hidayah, 2023; Regif, 2023).

Di Aceh, di mana produk berbasis sumber daya lokal seperti kerajinan tangan, pertanian, dan perikanan memiliki potensi besar, inovasi produk menjadi strategi kunci untuk mengoptimalkan sumber daya tersebut dan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas (Marisa *et al.*, 2022).

Penguatan Kolaborasi Antar-UMKM, dengan bobot 0.227, menempati urutan ketiga dalam daftar strategi prioritas. Kolaborasi antar-UMKM memungkinkan berbagi pengetahuan, sumber daya, dan jaringan, yang pada gilirannya dapat membantu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan akses ke pasar yang lebih besar. Dengan membangun sinergi, UMKM dapat memperluas skala produksi dan distribusi tanpa harus mengorbankan modal besar (Asriani *et al.*, 2022; Sobar, 2023). Melihat kondisi di Aceh, strategi ini sangat penting mengingat keterbatasan infrastruktur dan pasar yang tersebar. Kolaborasi lokal antar-UMKM serta kemitraan dengan koperasi dapat memperkuat ekosistem bisnis dan memfasilitasi distribusi yang lebih efisien (Zia, 2020).

Peningkatan Akses Pembiayaan Mikro memiliki bobot 0.186, menempati posisi keempat. Akses pembiayaan merupakan salah satu kendala utama yang sering dihadapi oleh UMKM, terutama di daerah terpencil seperti Aceh. Pembiayaan mikro memungkinkan UMKM untuk memperkuat likuiditas, berinvestasi dalam pengembangan produk, dan mengadopsi teknologi baru yang mendukung pertumbuhan bisnis (Widyaningtyas and Rahmawati, 2021; Suryanto, 2023; Suryanto, Muhyi and Kurniati, 2023). Kendala dalam mengakses pembiayaan sering kali disebabkan oleh minimnya informasi tentang produk pembiayaan atau kurangnya jaminan yang diperlukan oleh lembaga keuangan. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga keuangan sangat penting dalam menyediakan akses yang lebih inklusif dan mudah dijangkau oleh pelaku UMKM (Syaipudin, 2023).

Penyediaan Pelatihan Manajerial dan Digital menempati urutan terakhir dengan bobot 0.167. Meskipun memiliki bobot yang lebih rendah dibandingkan strategi lainnya, pelatihan tetap penting untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM, terutama dalam bidang manajemen bisnis dan teknologi digital. Pelatihan ini dapat membantu pelaku UMKM mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang strategi pemasaran dan digitalisasi (Ningsih, 2019; Ramadhanti and Ihsannudin, 2022). Di Aceh, di mana banyak pelaku UMKM masih kurang dalam keterampilan digital dan manajerial, penyediaan pelatihan ini dapat berperan sebagai pendukung utama untuk implementasi strategi-strategi lainnya seperti digitalisasi dan inovasi produk.

KESIMPULAN

Hasil analisis menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP) menunjukkan bahwa digitalisasi merupakan strategi paling penting bagi UMKM di Aceh untuk mempercepat pemulihan ekonomi pasca pandemi, dengan bobot tertinggi (0.484). Transformasi digital memungkinkan UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan beradaptasi dengan perubahan cepat dalam lingkungan bisnis. Inovasi produk (0.279) dan penguatan kolaborasi antar-UMKM (0.227) juga menjadi strategi kunci yang dapat meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan UMKM di Aceh.

Meskipun akses pembiayaan dan pelatihan SDM memiliki bobot yang lebih rendah, keduanya tetap berperan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha, terutama dalam hal peningkatan likuiditas dan peningkatan keterampilan digital serta manajerial pelaku UMKM. Secara keseluruhan, strategi pemulihan UMKM harus fokus pada adopsi teknologi, inovasi produk, dan penguatan kolaborasi, didukung oleh akses

pembiayaan dan pelatihan yang memadai untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Asriani, A. et al. (2022) 'Penerapan Digital Marketing Berbasis Facebook Pada Umkm Kerupuk Sagu', *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), pp. 1135–1144. doi: 10.29303/abdiinsani.v9i3.712.
- Christiana, I. (2022) 'Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan Umkm', *Jurnal Somasi (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 3(1), pp. 100–108. doi: 10.53695/js.v3i1.700.
- Fuwa, M. N. F. P. (2022) 'Pengembangan UKM Bakpao Ijo Dengan Penerapan Digital Marketing Di KPR Taman Asri Magetan', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(1), pp. 138–147. doi: 10.30591/japhb.v5i1.2811.
- Hardilawati, W. L. (2020) 'Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19', *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), pp. 89–98. doi: 10.37859/jae.v10i1.1934.
- Keumala, E. (2023) 'Identifikasi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Kota Banda Aceh)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(1), pp. 62–72. doi: 10.17969/jimfp.v8i1.22820.
- Loekmono, B. (2023) 'Potensi Ekspor Produk Arang Briket Dalam Menembus Pasar Internasional', *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), pp. 2920–2930. doi: 10.58344/jmi.v2i9.571.
- Marisa, Fitri et al. (2022) 'Peningkatan Strategi Pemasaran Melalui Workshop Digital Marketing Dan Kolaborasi Pada Asosiasi UMKM "Akukarlos" Kabupaten Malang', *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas (J-Solid)*, 5(2), p. 307. doi: 10.31328/js.v5i2.4061.
- Mayasari, V., Indyastuti, D. L. and Daryono, D. (2023) 'Model Kualitas Aset Dan E-Commerce Pada Kinerja UMKM Yang Dimoderasi Oleh Strategi Persaingan Produk', *Inobis Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), pp. 446–457. doi: 10.31842/jurnalinobis.v6i4.289.
- Ningsih, A. S. (2019) 'Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(2), p. 207. doi: 10.30641/dejure.2019.v19.207-215.
- Rahayu, P. R. and Hidayah, N. (2023) 'Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), pp. 448–456. doi: 10.24912/jmk.v5i2.23415.
- Ramadhanti, Y. C. and Ihsannudin, I. (2022) 'Model Peningkatan Daya Saing UMKM Minuman Jamu Tradisional Di Kabupaten Pamekasan', *Agriscience*, 3(2), pp. 283–306. doi: 10.21107/agriscience.v3i2.15529.
- Regif, S. Y. (2023) 'Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa Di Kabupaten Langkat', *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 9(1). doi: 10.37058/jipp.v9i1.6922.
- Rosita, R. (2020) 'Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia', *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), p. 109. doi: 10.34127/jrlab.v9i2.380.
- Sobar, A. (2023) 'Peningkatan Kualitas Produk Dan Layanan Umkm Untuk Meningkatkan Daya Saing', *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), p. 3782. doi: 10.31764/jmm.v7i4.16383.

- Sugiarti, Y., Sari, Y. and Hadiyat, M. A. (2020) 'E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sambal Di Jawa Timur', *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), p. 298. doi: 10.24198/kumawula.v3i2.28181.
- Sumadi, S. and Fitria, T. N. (2020) 'Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi Di Karang Anom Klaten', *Budimas Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2). doi: 10.29040/budimas.v2i2.1441.
- Suryanto, S. (2023) 'Sosialisasi Literasi Dan Inklusi Keuangan Kepada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah', *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), p. 453. doi: 10.24198/kumawula.v6i2.43798.
- Suryanto, S., Muhyi, H. A. and Kurniati, P. S. (2023) 'Sosialisasi Industri Keuangan Sebagai Alternatif Sumber Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah', *Dharmakarya*, 12(1), p. 77. doi: 10.24198/dharmakarya.v12i1.36826.
- Syaipudin, L. (2023) 'Strategi Pengembangan Produksi Home Industry Batu Ziolit Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung', *Econis*, 1(1), pp. 35–46. doi: 10.61994/econis.v1i1.41.
- Veranita, M. (2023) 'Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Melalui Pelatihan Digital Marketing', *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), pp. 388–401. doi: 10.37339/jurpikat.v4i3.1461.
- Widyaningtyas, I. and Rahmawati, F. (2021) 'Dampak Serta Strategi UMKM Saat Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Sidoarjo', *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), pp. 21–41. doi: 10.35590/jeb.v8i1.2860.
- Wijaya, M. I. H. et al. (2021) 'Pemetaan Klaster UMKM Dalam Penguatan Pengembangan Ekonomi Lokal Menghadapi Pandemi Covid19 Studi Kasus Jangkauan Pelayanan Telekomunikasi Di UMKM Makan Ringan Kabupaten Temanggung', *Jurnal Tataloka*, 23(3), pp. 393–403. doi: 10.14710/tataloka.23.3.393-403.
- Zia, H. (2020) 'Pengaturan Pengembangan Umkm Di Indonesia', *Rio Law Jurnal*, 1(1). doi: 10.36355/rlj.v1i1.328.