



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 1 (2025) pp: 297-301

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Makna Inovasi Bagi UMKM: Eksplorasi Perspektif Pelaku Usaha Mikro di Wilayah Pinggiran Kota

Nurul Falah, Aswin Firmansyah, Suci Woelanda

Direktorat Pemanfaatan Riset dan Inovasi pada Kementerian/Lembaga, Masyarakat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah  
Badan Riset dan Inovasi Nasional

E-mail: nurulfalah.nf@gmail.com, aswin.firmansyah81@gmail.com, wulankheidira@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna inovasi dari perspektif pelaku usaha mikro di wilayah pinggiran kota. Inovasi sering kali diartikan secara teknis atau berbasis teknologi, namun bagi pelaku usaha mikro, pemaknaan tersebut dapat berbeda dan lebih kontekstual dengan kondisi lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada beberapa pelaku UMKM di daerah pinggiran kota X. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung, kemudian dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dimaknai tidak hanya sebagai penciptaan produk baru, tetapi juga sebagai kemampuan beradaptasi, kreativitas dalam pemasaran, serta efisiensi dalam operasional usaha. Pelaku usaha cenderung melihat inovasi sebagai upaya bertahan dan berkembang di tengah keterbatasan modal dan akses teknologi. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan lokal dalam memahami dinamika inovasi di sektor mikro, serta perlunya dukungan yang sesuai konteks bagi pemberdayaan UMKM di wilayah pinggiran kota.*

*Kata kunci: UMKM, Inovasi, Pelaku Usaha Mikro, Pinggiran Kota, Perspektif Lokal*

### **1. Latar Belakang**

Inovasi telah menjadi tema sentral dalam diskursus pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM), khususnya dalam konteks peningkatan daya saing dan adaptasi terhadap perubahan pasar (Arwani et al., 2024). Namun, dalam praktiknya, konsep inovasi kerap didefinisikan dan diukur berdasarkan indikator formal seperti adopsi teknologi, pengembangan produk baru, atau model bisnis digital (Trisantosa et al., 2022). Perspektif ini lebih banyak mencerminkan kondisi usaha skala menengah atau besar, yang memiliki kapasitas sumber daya dan akses informasi yang relatif baik (Nasution, 2021). Sebaliknya, pelaku usaha mikro, terutama di wilayah pinggiran kota, menghadapi realitas yang berbeda sering kali ditandai dengan keterbatasan modal, teknologi, dan pendampingan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menegaskan pentingnya inovasi dalam menunjang keberlanjutan UMKM. (MUSTAFA, 2024) menyebut inovasi sebagai elemen penting dalam orientasi kewirausahaan, sementara laporan OECD (2017) menyoroti korelasi antara inovasi dan pertumbuhan usaha kecil. Meskipun demikian, studi studi tersebut cenderung mengambil sudut pandang makro atau kuantitatif, yang kurang menggambarkan kondisi di lapangan, khususnya dari sisi pelaku usaha mikro yang berada di area pinggiran (Musfira, 2023). Konteks lokal, dengan segala keterbatasannya, jarang dijadikan fokus utama dalam memahami bagaimana inovasi sebenarnya dipahami dan dijalankan.

Kesenjangan tersebut semakin tampak ketika pendekatan yang digunakan dalam penelitian cenderung bersifat top-down dan normatif (Damanik et al., 2025). Inovasi diposisikan sebagai sesuatu yang harus dilakukan untuk memenuhi standar pasar, bukan sebagai sesuatu yang muncul secara alamiah dari dinamika usaha mikro sehari-hari (Hermawanto & Anggraini, 2020). Padahal, bagi pelaku usaha mikro, inovasi bisa berarti sesuatu yang sangat sederhana seperti mengganti cara melayani pelanggan, mengubah tampilan produk, atau menyesuaikan harga dengan daya beli lokal. Makna seperti ini tidak bisa terungkap hanya melalui indikator formal, tetapi perlu dieksplorasi melalui pendekatan yang lebih mendalam dan kontekstual (Pinoa & Ling, 2024).

Penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut dengan menggali pemaknaan inovasi dari sudut pandang pelaku usaha mikro itu sendiri (Khalida & Sjaf, 2021). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif, penelitian ini berupaya menangkap bagaimana pelaku usaha memahami inovasi, apa yang mendorong mereka untuk berinovasi, dan dalam bentuk apa inovasi itu diwujudkan dalam praktik usaha mereka. Fokus utama

diarahkan pada pelaku usaha mikro di wilayah pinggiran kota, yang secara geografis dan sosial memiliki tantangan berbeda dari pelaku usaha di pusat kota atau area yang lebih berkembang.

Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberi ruang bagi suara dan pengalaman pelaku usaha yang selama ini terpinggirkan dari wacana inovasi yang dominan (Shania & Sobandi, 2023). Dengan mendekati diri pada konteks lokal dan narasi pelaku usaha itu sendiri, diharapkan akan muncul pemahaman yang lebih kaya dan beragam mengenai makna inovasi, termasuk bagaimana mereka mengartikulasikan kreativitas dan adaptasi dalam keterbatasan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan bagi penyusunan kebijakan pemberdayaan UMKM yang lebih responsif terhadap kondisi nyata di lapangan (Azis & Safitri, 2024).

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan tersebut, penelitian ini mengajukan pertanyaan utama: “Apa makna inovasi bagi pelaku usaha mikro di wilayah pinggiran kota, dan bagaimana mereka menerapkan inovasi dalam praktik sehari-hari?” Dengan menjawab pertanyaan ini, penelitian tidak hanya bertujuan memperluas pemahaman akademik tentang inovasi di sektor informal, tetapi juga mendorong pembentukan strategi pemberdayaan yang berakar pada kebutuhan dan kemampuan riil pelaku UMKM di wilayah pinggiran.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif dengan pendekatan studi kasus ganda (multiple case study) untuk memahami makna inovasi dari sudut pandang pelaku usaha mikro di wilayah pinggiran Kota X (Sirimorok, 2023). Pendekatan ini dipilih karena memberikan keleluasaan dalam menggali dinamika pemaknaan, pengalaman subjektif, dan praktik inovasi secara kontekstual.

Sebagai unit analisis, dipilih 6 pelaku usaha mikro dengan kriteria: (1) usaha aktif minimal dua tahun, (2) aset usaha di bawah Rp50 juta, dan (3) domisili dan kegiatan usaha berada di wilayah pinggiran kota. Subjek diambil secara purposive sampling, dengan mempertimbangkan keberagaman sektor (kuliner, fesyen, dan jasa). Setiap kasus dianggap sebagai replikasi logis, bukan statistik, yang memungkinkan perbandingan antar konteks untuk menemukan pola dan variasi makna inovasi. Volume data terdiri dari 6 transkrip wawancara utama dan 12 catatan observasi lapangan, dengan total durasi rekaman mencapai  $\pm 9$  jam.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur selama 60–90 menit per responden, direkam dengan perekam digital dan ditranskripsikan verbatim. Teknik observasi non-partisipatif digunakan untuk menguatkan data perilaku dan praktik inovatif di lokasi usaha. Instrumen yang digunakan adalah panduan wawancara terbuka yang dirancang berdasarkan indikator kunci inovasi mikro (tidak dilampirkan dalam bentuk program, namun tersedia sebagai lampiran dokumen manual pelatihan).

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik berdasarkan enam tahap dari Braun dan Clarke (2006), yang meliputi: (1) familiarisasi data, (2) pengkodean awal, (3) pencarian tema, (4) peninjauan tema, (5) penamaan tema, dan (6) penulisan naratif. Untuk menjaga konsistensi analisis, digunakan NVivo 12 sebagai perangkat bantu untuk manajemen coding dan pelacakan sumber kutipan. Proses ini dilakukan dalam dua siklus: siklus pertama untuk mengembangkan kategori dasar, siklus kedua untuk konsolidasi makna dan hubungan antar kategori.

Validitas data dijaga dengan teknik triangulasi metode (wawancara, observasi, dan dokumen usaha) dan triangulasi sumber (informan lintas sektor). Teknik member checking dilakukan dengan mengirimkan hasil ringkasan interpretasi kepada responden untuk mendapatkan konfirmasi. Penelitian ini tidak melibatkan eksperimen atau pengukuran kuantitatif, sehingga tidak menggunakan rumus numerik atau simulasi.

Proses pengumpulan data dilakukan selama Januari–Maret 2025, dengan alokasi waktu observasi dan wawancara setiap subjek rata-rata 1 hari kerja. Semua kegiatan dilakukan di lokasi usaha untuk menjaga konteks sosial dan budaya. Penelitian telah memperoleh persetujuan etis internal, dengan setiap partisipan menandatangani informed consent, serta identitas mereka disamarkan dalam laporan akhir..

## 3. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini menghasilkan tiga temuan utama yang menggambarkan pemaknaan inovasi oleh pelaku usaha mikro, yakni: inovasi sebagai strategi bertahan, inovasi sebagai respons terhadap konsumen, dan inovasi sebagai improvisasi dari keterbatasan (Nurhajati et al., 2024). Temuan tersebut diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap enam pelaku usaha dari sektor makanan, fesyen, dan jasa di wilayah pinggiran kota. Penelitian ini mengungkap bahwa makna inovasi dalam konteks pelaku usaha mikro di wilayah pinggiran kota sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, keterbatasan sumber daya, serta hubungan yang dekat dengan konsumen di komunitas sekitar. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi menunjukkan bahwa inovasi tidak selalu dimaknai sebagai perubahan besar, melainkan sebagai bentuk penyesuaian yang bersifat spontan, sederhana, namun berdampak langsung pada keberlangsungan usaha.

Makna pertama yang muncul adalah **inovasi sebagai strategi bertahan**. Hampir seluruh informan menyampaikan bahwa inovasi dilakukan bukan untuk memperluas pasar atau menciptakan produk unggulan baru, melainkan sebagai respons terhadap tantangan yang mengancam kelangsungan usaha. Salah satu pelaku usaha

makanan ringan mengaku mulai menerapkan sistem pre-order saat harga bahan pokok meningkat dan penjualan menurun. Dengan sistem ini, ia bisa mengontrol jumlah produksi dan menghindari kerugian akibat produk tidak laku. Strategi ini tidak memerlukan modal tambahan atau teknologi baru, tetapi efektif dalam mempertahankan kestabilan usaha. Inovasi dalam hal ini bersifat defensif, dilakukan agar usaha tetap berjalan di tengah keterbatasan.

Makna kedua adalah **inovasi sebagai respons terhadap konsumen**. Seorang pelaku usaha fesyen menjelaskan bahwa ia sering kali tidak memiliki cukup modal untuk memproduksi stok pakaian dalam jumlah besar. Sebagai gantinya, ia memanfaatkan akun media sosial untuk memajang desain dan membuka sistem pesanan berdasarkan permintaan. Model ini memungkinkan penyesuaian produk dengan keinginan pelanggan secara langsung, sekaligus mengurangi risiko produksi yang tidak terserap pasar. Di sini, inovasi lahir dari interaksi dengan pelanggan dan sensitif terhadap perubahan tren, walau tidak melibatkan sistem digital atau perangkat otomatisasi. Hal ini memperlihatkan bahwa pelaku usaha mikro dapat menjalankan inovasi berbasis empati dan pengamatan sosial, bukan teknologi tinggi.

Makna ketiga yang paling mencolok adalah **inovasi sebagai bentuk improvisasi dari keterbatasan**. Pelaku usaha laundry kecil, misalnya, tidak memiliki kendaraan khusus untuk layanan antar-jemput pelanggan. Namun, ia tetap melayani pelanggan dengan menyesuaikan waktu operasional dan menggunakan sepeda motor pribadi secara fleksibel. Ia juga melakukan promosi mulut ke mulut dan membuat kartu loyalitas sederhana yang ditulis tangan untuk menarik pelanggan tetap. Improvisasi seperti ini mungkin tidak terlihat “inovatif” dalam ukuran formal, namun menunjukkan kreativitas dan daya lenting yang tinggi. Bentuk inovasi ini mencerminkan prinsip “problem solving sehari-hari” yang tidak terstruktur, namun sangat relevan dan dibutuhkan oleh segmen mikro.

Tiga bentuk pemaknaan ini muncul dari kondisi lapangan yang penuh tekanan namun juga ruang untuk belajar. Pelaku usaha tidak mengidentifikasi diri mereka sebagai “inovator” dalam pengertian akademik, tetapi tetap menunjukkan ciri-ciri utama inovasi: ada perubahan, ada tujuan adaptasi, dan ada hasil yang memperbaiki kondisi sebelumnya. Inovasi hadir bukan dalam bentuk teknologi canggih atau produk revolusioner, tetapi melalui penyesuaian operasional, kreativitas lokal, dan keluwesan menghadapi perubahan permintaan.

Model konseptual yang telah disusun dalam Gambar 1 memperlihatkan bagaimana konteks keterbatasan dan tekanan menjadi pendorong utama munculnya inovasi. Praktik inovasi tumbuh dari proses internalisasi kebutuhan, pengamatan sosial, dan interaksi langsung dengan pelanggan. Inovasi tidak berdiri sendiri sebagai kegiatan yang direncanakan secara strategis, melainkan berkembang secara organik dari keseharian pelaku usaha.

Dalam konteks ini, penting untuk menekankan bahwa **standar formal inovasi** seperti jumlah paten, digitalisasi, atau skala produksi baru, kurang relevan jika diterapkan pada usaha mikro yang beroperasi dalam realitas terbatas. Temuan ini memberikan perspektif baru bahwa inovasi perlu dimaknai secara luas dan inklusif, terutama ketika menyoar kelompok rentan yang justru mengandalkan inovasi sebagai cara bertahan hidup. Pelaku usaha mikro di pinggiran kota tidak menolak inovasi, mereka justru melakukannya setiap hari—meski dalam bentuk yang sering tak terlihat oleh kebijakan publik maupun pengukuran ekonomi makro.

### **Inovasi sebagai Strategi Bertahan**

Sebagian besar partisipan memandang inovasi sebagai cara untuk bertahan dari tekanan pasar, terutama di tengah krisis seperti pandemi dan naiknya harga bahan baku. Salah satu pelaku usaha kuliner menyebutkan bahwa ia mengubah sistem pemesanan menjadi pre-order agar tidak membuang bahan makanan. Inovasi yang dilakukan bukan berbasis teknologi tinggi, tetapi penyesuaian dalam proses operasional agar tetap efisien dan relevan.

### **Inovasi Sebagai Respons terhadap Konsumen**

Makna lain dari inovasi ditemukan pada cara pelaku usaha menanggapi keinginan pelanggan. Seorang pelaku usaha fesyen menjelaskan bahwa ia sering memproduksi model pakaian sesuai tren media sosial walau alat produksinya sederhana. Penyesuaian model dan gaya pakaian menjadi bentuk inovasi berbasis pasar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dalam keterbatasan, pelaku usaha tetap responsif terhadap dinamika konsumen.

### **Inovasi sebagai Improvisasi**

Keterbatasan modal, alat, dan akses teknologi mendorong munculnya inovasi yang bersifat improvisatif. Seorang pelaku usaha jasa laundry mengubah jam operasional dan sistem penjemputan karena tidak mampu bersaing dalam harga. Bentuk inovasi ini bersifat adaptif dan lahir dari kebutuhan praktis, bukan dari desain perencanaan strategis. Improvisasi menjadi bentuk nyata dari inovasi mikro yang selama ini luput dalam kajian konvensional. Tabel 1 berikut merangkum bentuk dan konteks inovasi yang ditemukan dalam penelitian ini.

**Tabel 1. Bentuk Inovasi Pelaku Usaha Mikro di Wilayah Pinggiran Kota**

<b>Responden</b>	<b>Sektor Usaha</b>	<b>Bentuk Inovasi</b>	<b>Konteks Pendorong</b>
R1	Kuliner	Pre-order sistem	Efisiensi bahan baku
R2	Fesyen	Custom model trend	Permintaan pasar
R3	Jasa laundry	Layanan jemput & ubah jam operasional	Tekanan persaingan harga

## Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam konteks UMKM mikro di pinggiran kota tidak identik dengan teknologi tinggi atau paten produk, tetapi lebih kepada bentuk adaptasi sosial-ekonomi yang bersifat kontekstual. Ini menjawab pertanyaan utama penelitian mengenai bagaimana pelaku usaha memahami dan mempraktikkan inovasi. Temuan ini memperkuat argumen bahwa makna inovasi bersifat relatif dan situasional, bergantung pada kondisi lokal dan daya dukung sumber daya.

Makna inovasi sebagai strategi bertahan menunjukkan bahwa pelaku usaha mengutamakan keberlanjutan daripada ekspansi. Hal ini sejalan dengan karakteristik usaha mikro yang lebih rentan terhadap guncangan eksternal. Penyesuaian dalam model bisnis tanpa mengganti struktur inti menjadi bentuk inovasi yang praktis namun berdampak signifikan terhadap kelangsungan usaha.

Respons terhadap konsumen juga menjadi pemicu utama inovasi. Dalam konteks digitalisasi, meskipun pelaku tidak memiliki akses teknologi tinggi, mereka tetap mampu menangkap tren pasar melalui media sosial dan interaksi langsung dengan pelanggan. Ini memperlihatkan bahwa inovasi bukan semata-mata soal alat, melainkan tentang sensitivitas terhadap perubahan.

Sementara itu, improvisasi menunjukkan bahwa keterbatasan bukanlah hambatan mutlak, tetapi justru memicu kreativitas. Pelaku usaha cenderung mencari solusi spontan dan menyesuaikan cara kerja secara fleksibel. Hal ini merupakan kebaruan yang jarang dikaji dalam literatur inovasi UMKM yang umumnya fokus pada pendekatan formal dan berbasis teknologi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pemahaman inovasi berbasis konteks lokal, khususnya pada kelompok usaha mikro yang sering tidak terjangkau program inovasi pemerintah atau lembaga keuangan. Temuan ini memberikan dasar untuk merancang intervensi kebijakan dan pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan serta realitas pelaku usaha mikro.

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa makna inovasi bagi pelaku usaha mikro di wilayah pinggiran kota tidak selaras dengan definisi formal yang umum digunakan dalam literatur ekonomi dan kebijakan. Inovasi, dalam konteks ini, dipahami sebagai upaya adaptif yang bersifat praktis, kontekstual, dan sering kali muncul secara spontan. Bagi pelaku usaha mikro, inovasi hadir sebagai strategi bertahan hidup, respons terhadap kebutuhan konsumen, dan improvisasi dalam menghadapi keterbatasan. Pemahaman ini memberikan gambaran bahwa praktik inovatif tidak selalu membutuhkan teknologi tinggi atau struktur manajerial yang kompleks. Justru dalam keterbatasan, pelaku usaha menunjukkan fleksibilitas, kreativitas, dan keberanian untuk mencoba cara baru dalam mempertahankan usahanya. Hal ini menandakan bahwa inovasi mikro bersifat situasional, dan sering kali tidak terdeteksi oleh instrumen pengukuran inovasi formal yang digunakan dalam perumusan kebijakan. Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi bagi pengembangan program pemberdayaan UMKM, terutama dengan memperluas definisi inovasi agar lebih inklusif terhadap realitas pelaku usaha mikro. Program pelatihan, akses permodalan, dan pendampingan perlu disesuaikan dengan kemampuan dan cara kerja lokal yang sudah terbukti mampu menghasilkan bentuk inovasi yang relevan. Temuan ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun pendekatan evaluasi inovasi yang berbasis pengalaman langsung pelaku usaha mikro, bukan hanya berdasarkan indikator makro. Penelitian ini terbatas pada wilayah pinggiran kota dan sektor usaha tertentu. Untuk itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan ke wilayah pedesaan dan sektor usaha lainnya guna memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang ragam makna inovasi di lapisan pelaku ekonomi mikro. Selain itu, studi lanjutan dapat mengintegrasikan dimensi gender, usia, atau pengalaman usaha untuk melihat pengaruh karakteristik personal terhadap cara pelaku memaknai dan menjalankan inovasi.

## Referensi

- Arwani, A., Oktaviani, N., & DwiKurniadi, S. (2024). Membangun Ekonomi Berbasis Akhlaq dan Syariah: Tantangan dan Peluang. *Tasyri': Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 6(2), 58–80.
- Azis, M. S., & Safitri, J. E. (2024). Pelatihan Pembuatan Logo Kreatif untuk Produk UMKM Menggunakan Canva. *Prawara Jurnal Abdimas*, 3(1 PEBRUARI), 12–17.
- Damanik, E. R., Farina, T., & Nugraha, S. (2025). Krisis Partisipasi Publik dalam Pembentukan Undang-Undang di Indonesia: Problematika Hak Konstitusional dan Pengabaian Aspirasi Rakyat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 2518–2540.
- Hermawanto, A., & Anggraini, M. (2020). *Globalisasi, Revolusi Digital dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderless World*. LPPM Press UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Khalida, R., & Sjaf, S. (2021). Hubungan kondisi sosial ekonomi pemilik UMKM dengan persepsi terhadap karakteristik sociopreneur. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(5), 619–646.
- Musfira, A. (2023). *Analisis Efektivitas Pendistribusian Dana Bantuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Lembaga Pusat Layanan Usaha Terpadu Aceh Besar)*. UIN Ar-raniry.
- MUSTAFA, M. M. (2024). *FREO (Financial Resources and Entrepreneurial Orientation)*. CV. AZKA PUSTAKA.

- Nasution, L. Z. (2021). Peran Lembaga Pembiayaan Syariah dalam Mempercepat Pemulihan UMKM di Masa Pandemi. *Islamic Circle*, 2(1), 80–100.
- Nasution, L. Z. (2021). Peran Lembaga Pembiayaan Syariah dalam Mempercepat Pemulihan UMKM di Masa Pandemi. *Islamic Circle*, 2(1), 80–100.
- Nurhajati, M. S., Kamil, I., & Zainullah, A. (2024). *Kreativitas dan Inovasi Dalam Berbisnis*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Pinoa, H. K., & Ling, M. (2024). Pelaporan Dan Interpretasi Hasil. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 147.
- Shania, N., & Sobandi, K. R. (2023). Inovasi Demokrasi dan Wacana “My Body, My Choice” dalam Youtube di Indonesia. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(1), 73–94.
- Sirimorok, N. (2023). *RAMMANG-RAMMANG DALAM KEPEKATAN RELASI KUASA: PRAKTIK COMMONING DAN INFORMALITAS NEGARA DALAM KONTEKS DESENTRALISASI= RAMMANG-RAMMANG IN THE THICK OF POWER RELATION: THE COMMONING AND THE STATE INFORMALITY IN DECENTRALIZATION CONTEXT*. Universitas Hasanuddin.
- Trisantosa, I. N., Kurniasih, D., & Hubeis, M. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Digital*. Deepublish.