



PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM EKONOMI KREATIF BERBASIS BUDAYA DI KAWASAN MEDAN

Jhon Martin Putra Siregar¹, Lailan Syafrina Hasibuan², Wina Nurfitriani³, Rangga Wardana⁴

^{1,2,3,4} Universitas Sumatera Utara

Email: jhonmartinputra@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the impact of technological innovation on the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Medan City. The main objectives of the study include: (1) understanding the role of technological innovation in increasing the competitiveness of MSMEs in local and international markets, (2) analyzing the types of significant technological innovations, and (3) determining the influence of innovation on operational efficiency, product quality, and customer service. The method used was a descriptive qualitative approach with a purposive sampling technique, involving interviews with five MSME owners. The results show that technological innovations, such as digital applications (e.g., si KEdan) and social media, have a positive impact on the competitiveness of MSMEs, particularly in the culture-based creative economy sector. The use of printing methods in fashion production also contributes. However, challenges such as legality and operational standards have not been overcome. Government support, including training and technical assistance, is crucial to facilitate the implementation of digital technology so that MSMEs in Medan City can develop better. This study emphasizes the importance of collaboration between MSMEs and the government to strengthen innovation and competitiveness in the digital era.

Keywords: Culture; Competitiveness; Economy; Technological Innovation; MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji dampak inovasi teknologi terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Medan. Tujuan utama penelitian meliputi: (1) memahami peran inovasi teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan internasional, (2) menganalisis jenis inovasi teknologi yang signifikan, dan (3) mengevaluasi pengaruh inovasi terhadap efisiensi operasional, kualitas produk, serta pelayanan pelanggan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling, melibatkan wawancara dengan lima pemilik UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi, seperti aplikasi digital (misalnya si KEdan) dan media sosial, berpengaruh positif pada daya saing UMKM, terutama di sektor ekonomi kreatif berbasis budaya. Pemanfaatan metode percetakan dalam produksi busana juga turut berkontribusi. Meskipun demikian, tantangan seperti masalah legalitas dan standar operasional yang belum memadai perlu diatasi. Dukungan dari pemerintah, termasuk pelatihan dan bantuan teknis, sangat penting untuk memfasilitasi penerapan teknologi digital agar UMKM di Kota Medan dapat berkembang lebih baik. Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara UMKM dan pemerintah untuk memperkuat inovasi dan daya saing di era digital.

Kata kunci: Budaya; Daya Saing; Ekonomi; Inovasi Teknologi; UMKM



PENDAHULUAN

Perekonomian masyarakat lokal di Indonesia sangat bergantung pada sumber daya alam serta sektor informal. Akan tetapi, dalam lima tahun terakhir, ekonomi kreatif yang berbasis pada budaya lokal atau hikmah lokal mulai diperhatikan sebagai solusi strategis untuk meningkatkan kesejahteraan dan keberdayaan masyarakat. Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang berlandaskan ide, imajinasi, dan inovasi, yang dalam konteks lokal bersumber dari nilai-nilai budaya, seni tradisional, dan kebijaksanaan lokal. Ekonomi kreatif yang berakar pada budaya Indonesia telah menjadi penggerak utama ekonomi global pada abad ke-21. Ekonomi ini mencakup berbagai industri yang berfokus pada penciptaan nilai melalui kreativitas, pengetahuan, dan inovasi. Di tengah perubahan ekonomi global dari industri tradisional ke ekonomi berbasis pengetahuan dan teknologi, ekonomi kreatif muncul sebagai model baru yang memanfaatkan kreativitas manusia sebagai aset ekonomi terpenting. Sektor ini mencakup berbagai kegiatan ekonomi yang didasarkan pada penciptaan, produksi, dan distribusi produk dan layanan yang berasal dari inovasi, keterampilan, dan budaya. Kearifan lokal tidak hanya menjadi elemen dalam identitas budaya, tetapi juga memiliki peran penting dalam membangun sistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran kunci dalam memfasilitasi pertumbuhan dan keberlanjutan ekonomi di Indonesia. Usaha kecil adalah usaha mandiri yang dioperasikan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari entitas yang lebih besar. Sementara itu, perusahaan menengah merujuk kepada entitas yang beroperasi secara independen dan dikelola oleh individu atau badan, yang tidak dapat menjadi bagian dari perusahaan kecil atau besar, dengan aset dan pendapatan tahunan yang memenuhi batasan tertentu. Masing-masing kategori memiliki peran yang krusial dalam perekonomian dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

UMKM memiliki tiga peran penting dalam mendorong pertumbuhan serta stabilitas ekonomi, yakni sebagai alat untuk mendistribusikan kesejahteraan ekonomi di masyarakat, sebagai cara untuk mengurangi angka kemiskinan, serta sebagai penyumbang pendapatan negara. Berdasarkan laporan dari (Kementerian Koperasi, 2021) total UMKM di Indonesia mencapai angka 64,2 juta. Sumbangan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07% atau setara dengan Rp 8.573,89 triliun. Di samping itu, UMKM juga menyerap 97% dari keseluruhan angkatan kerja dan berkontribusi hingga 60,4% dari total investasi yang ada di Indonesia. Informasi ini menekankan betapa pentingnya menjaga keberlanjutan UMKM di tanah air. (Onan Marakali Siregar et al., 2020) mencatat bahwa UMKM telah memberikan sumbangan yang besar selama krisis global yang mempengaruhi ekonomi di banyak negara.

Pengaruh ekonomi kreatif terhadap ekonomi Indonesia terbatas, terutama saat krisis global, di mana stabilitas ekonomi lebih dipengaruhi oleh kontribusi UMKM. UMKM tidak hanya bertahan selama krisis moneter 1997, tetapi juga berkembang, mendorong pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan UMKM memerlukan dukungan dari pemerintah, seperti kemudahan dalam legalitas, pelatihan keterampilan, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, penggunaan teknologi dan digitalisasi semakin penting, dengan potensi besar dalam ekonomi digital, di mana adaptasi teknologi dapat membuka peluang keuntungan finansial bagi pelaku usaha. Perkembangan teknologi juga meningkatkan kecepatan pertumbuhan teknologi digital, mempengaruhi perilaku dan praktik organisasi. Meskipun demikian, UMKM dihadapkan pada sejumlah hambatan dalam



penerapan teknologi. Secara keseluruhan, dukungan untuk pengembangan UMKM dan penerapan teknologi digital adalah kunci untuk memajukan sektor ekonomi Indonesia.

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa 70,2% UMKM mengalami berbagai kendala dalam bertransformasi memanfaatkan teknologi digital. Hambatan ini meliputi kesulitan dalam akses permodalan, ketersediaan bahan baku, dan tantangan dalam mengadopsi teknologi digital. Menurut (Tulus T.H Tambunan, 2021) mencatat bahwa pengusaha sering kali memiliki ide-ide cemerlang dan keterampilan yang baik, tetapi mereka sering tidak tahu bagaimana menjalankan bisnis dengan baik. Mereka juga sering kurang paham tentang prinsip dasar bisnis. Karena itu, masalah ini menjadi perhatian pemerintah untuk mendukung penggunaan teknologi dalam menciptakan inovasi digital yang dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, beberapa UMKM yang telah berinovasi dengan digitalisasi produk mereka menunjukkan bahwa penerapan teknologi memberikan dampak positif pada bisnis mereka. (Putri Intani Aisa Masruil et al., 2022) mengungkapkan bahwa kehadiran fintech berdampak positif bagi UMKM, terutama di masa pandemi. Fintech berperan dalam memberikan bantuan kepada masyarakat untuk mengakses layanan dari lembaga keuangan. Pemulihian ekonomi nasional dapat dilakukan dengan dukungan penguatan regulasi dalam pertumbuhan fintech.

Hal ini terbukti dengan normalnya kinerja UMKM pada kuartal kedua tahun 2021, yang disebabkan oleh masuknya UMKM ke platform digital. Pernyataan dari (Indrajaya et al., 2022) menunjukkan bahwa Pandemi COVID-19 menyebabkan stagnasi bahkan penutupan beberapa UMKM di Indonesia akibat berkurangnya daya beli masyarakat. Namun, keadaan ini telah mendorong peralihan ke dunia digital bagi UMKM, dengan dukungan dari inisiatif pemerintah dalam digitalisasi. Para pelaku UMKM mulai mengadopsi marketplace, media sosial, dan aplikasi keuangan digital untuk keperluan pemasaran dan operasional mereka. Transformasi digital ini bisa menjadi alternatif penyelamatan bagi UMKM agar tetap bertahan, namun perlu dukungan dari pemerintah dan mitra lainnya. Menurut survei BRI dan Kemenkop UKM, pemerintah menargetkan 30 juta UMKM untuk terhubung ke ekosistem digital pada tahun 2024.

Pemerintah Kota Medan memberikan perhatian besar terhadap pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Melalui program prioritas pemberdayaan UMKM yang dicanangkan oleh Walikota Medan, Muhammad Bobby Afif Nasution, kota ini mencatat 38.343 UMKM yang terdata dalam aplikasi Sistem Pendataan Koperasi dan UMKM (SIMDAKOP). Dari jumlah tersebut, 1.875 UMKM telah terdaftar sebagai binaan Dinas Koperasi UKM Perindag Kota Medan. UMKM tersebut berasal dari berbagai kecamatan dan kelurahan di kota Medan. Kota Medan merupakan salah satu wilayah yang memiliki beberapa UMKM. Pemberdayaan umkm tersebut juga telah dilakukan melalui upaya kelurahan langsung didukung oleh organisasi Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga. Upaya tersebut berupa pelatihan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya dan inovasi teknologi. Inovasi teknologi merupakan salah satu upaya yang secara gencar dilakukan demi meningkatkan daya saing UMKM ekonomi kreatif budaya Kota Medan. Saat ini sebanyak lebih 10 UMKM di Kota Medan.

Melalui data tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul "Peran Teknologi Digital Meningkatkan Daya Saing Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Kawasan Medan". Penelitian ini memiliki beberapa tujuan di antaranya mengidentifikasi peran inovasi teknologi terhadap daya saing UMKM di pasar lokal dan global, menganalisis bentuk inovasi teknologi yang paling berdampak dalam meningkatkan daya saing UMKM, memahami dampak inovasi teknologi terhadap efisiensi operasional, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan di UMKM. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi



berharga terhadap pemahaman peran inovasi teknologi yang selanjutnya dapat diterapkan untuk perbaikan serta peningkatan dengan tujuan meningkatkan daya saing serta perekonomian UMKM di Indonesia terkhususnya Kota Medan.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Menurut penjelasan Bogdan dan Biklen yang dirujuk oleh (Sugiyono, 2020), penelitian kualitatif deskriptif berorientasi pada pengumpulan informasi dalam bentuk kata-kata atau gambar, tanpa fokus pada angka. Data yang terkumpul akan dianalisis dan dijelaskan agar mudah dipahami oleh pembaca lain. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui wawancara yang dilakukan dengan pelaku UMKM yang terdaftar di Kota Medan. (Sugiyono, 2020) menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan antara dua individu untuk berbagi informasi atau gagasan melalui proses tanya jawab, sehingga dapat diambil kesimpulan atau difahami terkait topik tertentu. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan tentang tema utama sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Pengambilan sampel dari seluruh populasi UMKM dilakukan dengan teknik purposive sampling.

(Sugiyono, 2020) menggambarkan bahwa purposive sampling adalah metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Metode ini diterapkan jika peneliti memiliki alasan khusus dalam memilih sampel yang dianggap mewakili atau dapat memberikan data yang paling relevan untuk studi. Dengan teknik ini, dipilih 5 jenis UMKM yang memiliki keterlibatan tertinggi dalam menyokong perkembangan UMKM di Kota Medan, termasuk sektor kuliner, sembako, dan fashion. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi yang mencakup literatur, buku, berita, dan statistik tentang jumlah UMKM di Kota Medan yang relevan untuk bagian pendahuluan dan analisis penelitian. (Indrawan et al., 2017) menyatakan bahwa penelitian pustaka adalah kategori penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi secara mendalam dari beragam literatur, buku, catatan, majalah, dan sumber referensi lainnya, serta temuan penelitian sebelumnya yang relevan, dengan tujuan mendapatkan jawaban dan dasar teori tentang isu yang sedang diteliti.

Penelitian dilakukan di daerah Kota Medan, dengan beberapa UMKM yang ada disekitar Kota Medan. Penelitian dilakukan dengan wawancara langsung kepada pelaku UMKM. Beberapa langkah yang diambil dalam analisis data di penelitian ini meliputi: (1) Menyiapkan semua bahan yang diperlukan, (2) Melaksanakan studi dokumentasi mengenai UMKM di Kota Medan, (3) Melakukan wawancara dengan setiap UMKM yang ada di Kota Medan, (4) Mengamati dua jenis data yang didapat dari studi dokumentasi dan wawancara, (5) Mengambil kesimpulan berdasarkan hasil pengamatan. Melalui langkah-langkah ini, dapat diperoleh jawab dari rumusan masalah yang berlandaskan pada tujuan penelitian yang sudah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembaruan Teknologi

Menurut Muchtar, Y,C yang dirujuk dalam (Sa'ud,U,S,2009) Inovasi ialah suatu ide, barang, kejadian, metode yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat), baik itu berupa hasil invensi maupun diskoveri. Inovasi diadakan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk memecahkan suatu masalah tertentu. UMKM memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia, khususnya di Kota Medan, dan memerlukan dukungan inovatif untuk menghadapi persaingan. Digitalisasi menjadi fokus utama pemerintah dalam



memberdayakan UMKM, termasuk melalui Peraturan Wali Kota Medan No. 4 Tahun 2024 yang memperkenalkan Aplikasi Kedai Elektronik (KEdan) sebagai platform perdagangan online. KEdan memfasilitasi penyimpanan dan pengiriman data pembelian, mirip dengan e-commerce, untuk meningkatkan ekonomi UMKM. Selain itu, media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok digunakan untuk memperluas pasar. Pandemi mendorong UMKM bertransformasi menjadi digital, sesuai dengan konsep destruksi kreatif yang diusulkan oleh Schumpeter, di mana inovasi dan perubahan praktik lama diperlukan untuk kemajuan ekonomi. Inovasi yang dapat dilakukan UMKM meliputi pengenalan produk baru, inovasi proses produksi, dan penerapan struktur organisasi yang baru. Indikator keberhasilan inovasi meliputi keunggulan relatif, kesesuaian, kompleksitas, kemampuan diuji coba, dan tingkat keterlihatan. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan menawarkan produk yang unik, sambil menganalisis persaingan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

2. Hasil Wawancara

Tabel 1.
Data Responden UMKM
Table Column Head

No	Nama UMKM	Pemilik UMKM	Bidang UMKM
1	Tahu Bulat Kopong	Pak Ahmad	Kuliner
2	Ika Fashion	Ibu Ika	Fashion
3	Café Boy	Pak Boy	Kuliner
4	Tahu Walik Hanny dan Jihan	Jihan	Kuliner
5	Kedai Bu Arfhan	Ibu Juni	Sembako
6	Ida Fashion	Ibu Ida	Fashion

Berdasarkan Tabel 1. menjelaskan bahwa pengelolaan sumber daya dalam sektor ekonomi kreatif membutuhkan penerapan teknologi yang penting. Di dalam bidang kreatif, teknologi berfungsi lebih dari sekadar alat, melainkan sebagai pendorong dan pengembang. Oleh sebab itu, manajemen sumber daya di ekonomi kreatif perlu memperhatikan cara-cara pemanfaatan teknologi untuk meraih efisiensi dan peningkatan produktivitas. Dengan penerapan teknologi, manajemen sumber daya ekonomi kreatif dapat mempermudah akses ke pasar serta memperkuat daya saing industri kreatif di arena global. Teknologi memungkinkan industri kreatif untuk lebih cepat dalam menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif serta meningkatkan kualitasnya. Selain itu, teknologi juga berperan dalam pengumpulan data dan analisis yang lebih mendalam, yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih cerdas.

UMKM di Kota Medan berperan penting sebagai tulang punggung perekonomian lokal, dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Jenis UMKM yang berkembang di daerah ini meliputi kuliner, sembako, dan fashion. **Cemilan Tahu Bulat Kopong** adalah salah satu contoh UMKM kuliner yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Pemiliknya, Pak Ahmad, menyatakan bahwa aplikasi si KE dan membantu menjangkau pembeli di luar daerah, memperluas pemasaran produk mereka. Sejak menggunakan si KE dan, produk mereka lebih dikenal, dan banyak pengunjung booth mereka di acara yang diselenggarakan oleh Walikota Medan. Di bidang fashion, terdapat UMKM **Ika Fashion**, yang merupakan butik yang menawarkan produk fashion hasil printing dan jahitan dengan desain yang mengangkat ikon

kota Medan, yaitu Istana Maimun, yang telah mendapatkan izin resmi. Inovasi teknologi di kedua sektor ini telah meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan. UMKM di Indonesia, terutama di Kota Medan, tidak hanya berfokus pada sektor kuliner dan fashion, tetapi juga pada kebutuhan pokok sehari-hari, dengan banyak yang mengimplementasikan digital market sebagai bentuk inovasi teknologi. Salah satu contohnya adalah Bu Nurbaiti, pemilik Kedai Misba, yang menggunakan aplikasi KEdan untuk memperluas pemasaran produk kebutuhan sehari-hari. Ia menyatakan bahwa meskipun belum ada penjualan, aplikasi ini memungkinkan dia untuk menjangkau lebih banyak konsumen, terutama ibu rumah tangga yang lebih memilih berbelanja online. Di sisi lain, ada juga UMKM yang merasakan manfaat dari teknologi ini. Dari Cafe Boy, yang menyajikan sarapan seperti lontong dan nasi gurih, merasa terbantu oleh inovasi digital dan dukungan pendaftaran dari pihak kelurahan. Ia mengakui bahwa proses pendaftaran ke KEdan sangat mudah dan mendukung usaha mereka untuk memasarkan produk. Namun, tidak semua UMKM dapat memanfaatkan aplikasi ini. Contohnya, Bu Ida dari Ida Fashion masih belum mendaftar ke KEdan karena belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Dia menjelaskan bahwa kesibukan mengurus legalitas membuatnya belum sempat mendaftar, tetapi ia berencana untuk melakukannya di masa mendatang. Meskipun belum terdaftar di KEdan, Bu Ida telah memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya dan mengalami penjualan yang cukup baik, berkat jenis bahan dan model yang beragam. Secara keseluruhan, meskipun inovasi digital memberikan banyak kemudahan dan peluang bagi UMKM, masih ada tantangan terkait legalitas yang dihadapi oleh sebagian pelaku usaha. Inisiatif seperti KEdan sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM, tetapi keberhasilan implementasinya memerlukan perhatian terhadap masalah legalitas dan aksesibilitas bagi semua pelaku usaha.



Gambar 1. Gambar Halaman Utama Aplikasi Kedan

Gambar 1 menunjukkan tampilan aplikasi Kedan yang sangat menarik dan sangat terfasilitasi untuk fitur – fiturnya. Pemanfaatan teknologi digital sebagai solusi upaya peningkatan daya saing UMKM terlihat jelas.



Tabel 2.
Pendapatan UMKM
Table Column Head

No	Nama UMKM	Pemilik UMKM	Pendapatan UMKM
1	Tahu Bulat Kopong	Pak Ahmad	Rp. 6.000.000
2	Ika Fashion	Ibu Ika	Rp. 5.500.000
3	Café Boy	Pak Boy	Rp. 7.000.000
4	Tahu Walik Hanny dan Jihan	Jihan	Rp. 4.000.000
5	Kedai Bu Arfin	Ibu Juni	Rp. 6.000.000
6	Ida Fashion	Ibu Ida	Rp. 7.500.000

Berdasarkan data pada Tabel 2. Menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital melalui aplikasi KEdan dan media sosial memberikan dampak positif terhadap stabilitas finansial UMKM. Rata-rata pendapatan responden berada di kisaran Rp 4.000.000 hingga Rp 7.500.000, yang menunjukkan bahwa digitalisasi mampu mendongkrak produktivitas penjualan. Aplikasi KEdan berperan krusial dalam memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas secara geografis, sehingga memungkinkan pelaku usaha seperti Pak Ahmad (Tahu Bulat Kopong) dan Pak Boy (Café Boy) untuk mendapatkan pesanan dari konsumen baru yang lebih luas. Peningkatan pendapatan ini membuktikan bahwa adopsi teknologi bukan hanya mempermudah operasional, tetapi juga menjadi katalisator utama dalam meningkatkan omzet dan daya saing UMKM di Kota Medan.

1. Pembahasan peran teknologi digital

Penerapan aplikasi KEdan sebagai platform dagang lokal mencerminkan bentuk inovasi model bisnis digital yang memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar melampaui batas geografis lingkungan sekitar, sejalan dengan temuan bahwa adopsi e-commerce dan platform digital meningkatkan akses pasar dan kinerja UMKM di berbagai daerah Indonesia. Pola ini konsisten dengan literatur digital business model innovation yang menekankan bahwa keunggulan daya saing digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh akses teknologi, tetapi oleh kemampuan menyelaraskan teknologi dengan strategi usaha, proses, dan kapasitas internal pelaku UMKM kreatif. Transformasi dari pola penjualan konvensional ke kanal digital pada UMKM kuliner dan fashion di Medan mencerminkan proses “creative destruction” Schumpeter, di mana praktik bisnis lama ditinggalkan dan digantikan oleh cara baru berbasis teknologi yang lebih efisien dan adaptif. Literatur menunjukkan bahwa dalam konteks ekonomi kreatif, inovasi digital termasuk penggunaan aplikasi lokal, fintech, dan media sosial menjadi mekanisme utama untuk menjaga relevansi, meningkatkan visibilitas merek, dan memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Lebih lanjut, penelitian oleh Wijaya dan Sutrisno (2023) menunjukkan bahwa pelatihan digital yang diberikan kepada UMKM berdampak dalam peningkatan keterampilan serta pengetahuan pelaku usaha dalam menggunakan teknologi. Mereka mencatat bahwa UMKM yang mengikuti program pelatihan digital mengalami peningkatan signifikan dalam hal produktivitas dan inovasi produk.

2. Pembahasan hasil wawancara UMKM

Temuan lapangan pada UMKM seperti Tahu Bulat Kopong, Café Boy, Ika Fashion, dan Kedai sembako menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital (aplikasi KEdan dan media sosial) membantu perluasan pasar, peningkatan eksposur produk, dan kemudahan interaksi dengan konsumen. Narasi pemilik usaha yang merasakan peningkatan kunjungan dan pesanan setelah bergabung di KEdan dan memaksimalkan media sosial sejalan dengan



studi yang menyimpulkan bahwa digitalisasi bisnis dan pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, khususnya penjualan dan keberlanjutan usaha. Di sisi lain, kasus Ida Fashion yang belum dapat memanfaatkan KEdan karena kendala legalitas (belum memiliki NIB) tetapi sudah aktif di media sosial menggambarkan bahwa kesiapan administratif dan regulasi menjadi faktor penentu tingkat kematangan digital UMKM. Literatur menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM sangat bergantung pada kombinasi infrastruktur digital, kapasitas manajerial, dan dukungan kebijakan, bukan semata ketersediaan platform; tanpa ekosistem pendukung yang memadai, intensitas pemanfaatan teknologi cenderung timpang dan hasilnya kurang merata di antara pelaku usaha kecil

3. Pembahasan pendapatan dan daya saing

Data pendapatan UMKM responden yang berada pada kisaran Rp4.000.000–Rp7.500.000 per bulan menunjukkan adanya stabilitas dan peningkatan omzet yang dapat dikaitkan dengan pemanfaatan kanal digital, terutama untuk UMKM yang aktif menggunakan KEdan dan media sosial. Hal ini konsisten dengan berbagai kajian yang menemukan bahwa adopsi e-commerce dan platform online secara signifikan meningkatkan penjualan, efisiensi operasional, dan kinerja keuangan UMKM karena biaya transaksi menurun, proses promosi lebih murah, dan jangkauan konsumen menjadi lebih luas. Dalam konteks ekonomi kreatif berbasis budaya, teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi, tetapi juga sebagai medium penguatan nilai budaya lokal melalui desain produk, konten visual, dan storytelling yang dikomunikasikan lewat platform digital. Studi-studi tentang ekonomi kreatif menekankan bahwa kombinasi kreativitas budaya dan kapabilitas digital mampu menciptakan keunggulan bersaing yang sulit ditiru, sehingga UMKM yang berhasil mengintegrasikan keduanya berpotensi memiliki diferensiasi kuat dan daya saing berkelanjutan di pasar lokal maupun global.

4. Pembahasan hambatan dan implikasi kebijakan

Hambatan legalitas (NIB, perizinan), keterbatasan literasi digital, dan ketidakkonsistenan standar operasional yang ditemukan pada sebagian UMKM Medan menunjukkan bahwa transformasi digital belum berjalan merata dan inklusif. Literatur kebijakan UMKM menekankan bahwa tanpa intervensi pemerintah berupa pelatihan, pendampingan teknis, dan penyederhanaan prosedur legalitas, banyak pelaku usaha mikro akan tertinggal dalam pemanfaatan peluang ekonomi digital meskipun infrastruktur aplikasinya sudah disediakan. Temuan penelitian ini menguatkan posisi bahwa program pemerintah daerah seperti pengembangan aplikasi KEdan perlu diintegrasikan dengan strategi peningkatan kapasitas SDM, dukungan infrastruktur, dan kolaborasi dengan platform digital yang lebih luas agar daya saing UMKM ekonomi kreatif berbasis budaya dapat meningkat secara berkelanjutan. Berpijak pada bukti empiris dan dukungan literatur, implikasinya adalah perlunya pendekatan ekosistem: UMKM, pemerintah, lembaga keuangan, dan penyedia teknologi harus bersinergi untuk memastikan bahwa inovasi digital benar-benar menjadi pengungkit daya saing, bukan sekadar alat yang hanya dinikmati sebagian kecil pelaku yang sudah siap. Penelitian oleh (Yasmin Chairunis Muchtar, et.al,2021) Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepemimpinan inklusif memiliki hubungan yang signifikan dengan kesuksesan karier subjektif yang dimediasi oleh perilaku kerja inovatif. Kesuksesan karier subjektif adalah penilaian kesuksesan karier berdasarkan penilaian subjektif individu terhadap pencapaian karier mereka, yang mencakup kepuasan karier.



KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian, inovasi teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan. Aplikasi digital seperti KEdan, teknologi printing dalam produksi fashion, dan media sosial sebagai alat pemasaran telah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk mengakses informasi pasar dan berinteraksi dengan pelanggan dengan mudah. Namun, tantangan seperti legalitas bisnis dan ketidakkonsistenan standar operasional masih menghambat penggunaan teknologi secara optimal. Banyak UMKM kesulitan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang membatasi akses mereka terhadap program dan dukungan pemerintah. Dukungan pemerintah diperlukan dalam bentuk pelatihan teknologi digital, teknik produksi inovatif, dan strategi pemasaran di media sosial. Pemerintah juga harus membantu mengatasi masalah legalitas dan melakukan pemantauan serta evaluasi penggunaan teknologi secara berkala. Kerjasama antara UMKM dan platform digital yang mapan perlu didorong, dengan pemerintah memfasilitasi pelatihan. Selain itu, UMKM dapat membentuk koperasi untuk mengakses sumber daya bersama. Dengan dukungan yang komprehensif, UMKM di Kota Medan dapat berkembang lebih cepat dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian daerah dan nasional.

Sementara itu terdapat beberapa saran dalam penelitian ini berupa:

1. Bagi pemerintah daerah, disarankan untuk memperkuat program pendampingan dan pelatihan terpadu yang tidak hanya berfokus pada literasi digital, tetapi juga pada percepatan pengurusan legalitas usaha (NIB), penyusunan SOP sederhana, serta strategi branding produk berbasis budaya lokal melalui platform seperti KEdan dan media sosial. Pemerintah juga perlu melakukan monitoring dan evaluasi berkala atas penggunaan aplikasi KEdan untuk memastikan fitur yang tersedia benar-benar menjawab kebutuhan riil UMKM.
2. Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk lebih proaktif mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek operasional usaha, mulai dari pencatatan transaksi, pemasaran, hingga pelayanan pelanggan, serta memanfaatkan aplikasi resmi pemerintah dan marketplace yang kredibel untuk memperluas jaringan pemasaran. UMKM juga perlu meningkatkan kapasitas diri melalui pelatihan, komunitas bisnis, dan kerja sama antarpelaku usaha (misalnya dalam bentuk koperasi atau klaster) agar dapat berbagi sumber daya, informasi, dan praktik terbaik dalam pemanfaatan teknologi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah dan jenis UMKM yang diteliti, serta mengkombinasikan pendekatan kualitatif dengan kuantitatif sehingga dapat mengukur besarnya pengaruh teknologi digital terhadap indikator kinerja tertentu seperti omzet, jumlah pelanggan, dan tingkat profitabilitas. Penelitian mendatang juga dapat mengkaji lebih rinci peran faktor-faktor seperti kapasitas SDM, akses pembiayaan, dan dukungan ekosistem digital terhadap keberhasilan transformasi digital UMKM ekonomi kreatif berbasis budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). PERAN E-BISNIS DALAM PENGEMBANGAN UMKM. *JURNAL ECONOMINA*, 1, 241.
- Indrawan, R., Yaniawati, R. P., & Atif, N. F. (2017). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. PT. Refika Aditama.
- Kementerian Koperasi, U. K. dan M. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. www.ekon.go.id



-
- Muchtar, Y. C., & Qamariah, I. (2016). Persiapan Internasionalisasi Ukm Melalui Intelijen Bisnis (Business Intelligence) Dan Inovasi Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Bisnis Eksternal.
- Muchtar, Y. C., Absah, Y., Sadalia, I., & Siahaan, E. (2021, December). The role of innovative work behaviour as the mediator between inclusive leadership and subjective career success. In *3rd international conference on business and management of technology (ICONBMT 2021)* (pp. 219-225). Atlantis Press.
- Onan Marakali Siregar, Selwendri, Maulidina, & Muhammad Bahtiar Abdillah. (2020). *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Puspantara Publishing.
- Putri Intani Aisa Masruil, Fira Talitha Salsabila, & Achmad Room Fitrianto. (2022). *Peran Fintech dalam Perkembangan UMKM guna Mendorong Pemulihan Ekonomi*. 05(01), 87–103. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Sa'ud, Udin S. 2008. Inovasi Pendidikan. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Alfabeta.
- Tulus T.H Tambunan. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan*. Pranadamedia.
- Wijaya, A., & Sutrisno, T. (2023). Pelatihan Digital untuk UMKM: Dampaknya terhadap Produktivitas dan Inovasi. *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan Teknologi*, 19(1), 45-60.