

Pengembangan UMKM Kota Medan Melalui Kolaborasi Dan Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing

Fitri Winda Sari, Dia Fahdilla, Tiara Angelina Hutagalung, Husni Mubarak*

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia
Email: ¹fitriwindasari63@gmail.com, ²diafahdilla53@gmail.com, ³tiarahutagalung2007@gmail.com
⁴*husnimubarak0707@gmail.com
(* : coresponding author)

Abstrak

Transformasi digital merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis agar menjadi lebih efektif, efisien, dan kompetitif. Melalui transformasi digital, proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini dapat dilakukan secara digital, mulai dari pemasaran produk, komunikasi dengan pelanggan, pencatatan keuangan, pengelolaan persediaan, hingga proses transaksi pembayaran. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa buku-buku referensi, artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian, berita yang bersumber dari media massa, maupun publikasi dari instansi pemerintah atau lembaga terkait dan juga buku-buku referensi. Metode analisis data dalam penelitian ini dengan deskriptif kualitatif dengan melakukan literatur review artikel-artikel penelitian terkait transformasi digital pada UMKM. Hasil Penelitian Menunjukkan Transformasi digital memberikan berbagai manfaat bagi pelaku UMKM, antara lain meningkatkan efektivitas operasional, mempercepat proses transaksi, mempermudah komunikasi dengan pelanggan, serta membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan berdasarkan data penjualan.

Kata Kunci: Pengembangan, UMKM, Transformasi, Digital, Daya Saing

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dikelola oleh perorangan maupun kelompok dengan skala usaha yang relatif kecil. UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, UMKM juga menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan dalam menghadapi berbagai kondisi ekonomi karena memiliki fleksibilitas dalam menjalankan kegiatan usahanya. Oleh sebab itu, keberadaan UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

Berdasarkan data Pemerintah Kota Medan, sebanyak 38.343 UMKM telah terdaftar pada aplikasi SIMDAKOP UMKM Kota Medan hingga akhir tahun 2022. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan perekonomian daerah. Namun, di balik potensi tersebut masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM, khususnya dalam aspek pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar UMKM masih dikelola oleh ibu rumah tangga yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.

Selama ini, banyak pelaku UMKM masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan penjualan secara langsung (*offline*). Strategi pemasaran tersebut memang dapat membangun kepercayaan konsumen, tetapi memiliki jangkauan pasar yang terbatas sehingga pertumbuhan penjualan menjadi kurang optimal. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM sulit dikenal oleh masyarakat yang lebih luas dan kurang mampu bersaing dengan pelaku usaha yang telah memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor UMKM. Transformasi digital merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis agar menjadi lebih efektif, efisien, dan kompetitif. Melalui transformasi digital, proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini dapat dilakukan secara digital, mulai dari pemasaran produk, komunikasi dengan pelanggan, pencatatan keuangan, pengelolaan persediaan, hingga proses transaksi pembayaran.

Penerapan transformasi digital pada UMKM dapat dilakukan melalui pemanfaatan berbagai platform digital, seperti *e-commerce* dan layanan pesan antar makanan, misalnya ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood. Selain itu, media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Pemanfaatan platform digital tersebut memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis, sehingga peluang peningkatan penjualan menjadi lebih besar.

Daya saing UMKM menjadi faktor yang sangat penting dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Daya saing tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, menciptakan inovasi, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, serta menjalankan strategi pemasaran yang tepat. Semakin tinggi daya saing yang dimiliki UMKM, semakin besar pula

peluang usaha tersebut untuk menarik konsumen, mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan penjualan, serta mencapai keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, transformasi digital menjadi salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pemanfaatan teknologi digital diharapkan mampu membantu pelaku UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana transformasi digital berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya pada pelaku UMKM di Kota Medan.

Penelitian oleh [1] dengan judul Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital hasil penelitian memberikan rekomendasi bagi para pemangku kepentingan untuk memastikan transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan bagi semua UMKM di Indonesia. Penelitian oleh [2] dengan judul Peran Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Medan hasil penelitian Hasil analisis menunjukkan bahwa ekonomi digital berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya melalui digital marketing, inovasi teknologi, serta optimalisasi platform digital yang mampu meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan. Berdasarkan pendekatan Resource-Based View (RBV), keunggulan kompetitif UMKM ditentukan oleh kualitas sumber daya internal, terutama literasi digital, kemampuan inovasi, serta pengelolaan teknologi. Dengan dukungan pelatihan dan kebijakan pemerintah, penerapan ekonomi digital berpotensi memperkuat pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Kota Medan. Penelitian oleh [3] dengan judul Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM di Kota Medan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Medan masih belum sepenuhnya memahami konsep dan manfaat digital marketing. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dari pemerintah daerah, khususnya Pemerintah Kota Medan dan Dinas Koperasi, untuk menyelenggarakan pelatihan dan sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM yang berada di Kota Medan, dari hasil pengamatan yang penulis lakukan, berdasarkan pemberitaan pada [4], data menunjukkan bahwa sekitar 60% UMKM di Indonesia belum memanfaatkan teknologi digital dalam bisnis mereka, dan hanya 15,7% yang telah menggunakan e-commerce. Berdasarkan pemberitaan pada media massa Antara SUMUT oleh [5] Pejabat Pemerintah Kota Medan menyebutkan bahwa digitalisasi akan memperkuat posisi usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam perekonomian ibu kota Provinsi Sumatera Utara. Pemerintah Kota Medan, mendorong seluruh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah itu untuk memanfaatkan digitalisasi guna memperkuat daya saing. Dengan strategi yang tepat dan pemanfaatan teknologi, UMKM Medan bukan hanya bertahan, tapi bisa berkembang. Berdasarkan pemberitaan pada website [6], Wali Kota Medan Rico Waas menegaskan bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah yang harus terus diperkuat, terutama dalam menghadapi tantangan di era digital. Berdasarkan pemberitaan pada media (Diskominvo Provsu, 2026) Naslindo menjelaskan bahwa sepanjang tahun 2025 koperasi dan UMKM di Sumut menunjukkan kinerja yang positif. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tercatat sebesar 46,51%, yang menegaskan peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian daerah. Selain itu, rasio volume usaha koperasi terhadap PDRB mencapai 1,84%, jauh melampaui target 0,79%, yang menunjukkan peningkatan signifikan pada skala dan produktivitas koperasi. Rasio kewirausahaan daerah juga meningkat dari target 3% menjadi 4,10%. Kondisi ini mencerminkan tumbuhnya kelas wirausaha baru yang semakin kuat, terutama dari kalangan generasi muda. Berdasarkan pemberitaan pada media [8], Kepala Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatra Utara, Naslindo Sirait, mengungkapkan bahwa wilayahnya memiliki kekayaan produk lokal yang luar biasa, namun masih menghadapi keterbatasan dalam akses pasar. Ia menjelaskan bahwa banyak pelaku UMKM belum terhubung dengan ekosistem digital secara optimal. Melalui pelatihan ini, pelaku usaha diajak untuk memahami bagaimana memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan skala usahanya. Berdasarkan pemberitaan pada media massa Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara, data menunjukkan bahwa pada tahun 2025, pertumbuhan volume usaha koperasi mencapai 5,44% atau melampaui target 4,82%, sementara persentase koperasi aktif tercatat sebesar 53,78%. Persentase koperasi yang memperoleh dukungan fasilitasi pelatihan mencapai 46,18%, dengan sekitar 90% di antaranya merupakan Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih.

2. TINJAUAN TEORITIS

UMKM, atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, merupakan sektor ekonomi yang terdiri dari unit usaha dengan skala kecil hingga menengah yang berperan penting dalam perekonomian nasional. UMKM memiliki karakteristik khas, seperti kepemilikan perorangan, keterbatasan modal, serta fleksibilitas yang tinggi dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar [9].

Inovasi memiliki peran penting sebagai kunci keberlanjutan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tengah persaingan yang semakin ketat. Kemampuan UMKM untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi sangat bergantung pada kreativitas dalam menciptakan produk atau layanan yang relevan [9]

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 228-235

Menurut [9] Beberapa jenis inovasi dalam UMKM yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha

- a. Inovasi Produk
- b. Inovasi Proses
- c. Inovasi Pemasaran
- d. Inovasi Model Bisnis
- e. Inovasi Teknologi

Teknologi dan Inovasi harus di terapkan dalam pengembangan UMKM di Indonesia agar pendapatannya meningkat. Berikut dibawah beberapa bentuk penggunaan teknologi dan inovasi untuk pada UMKM: Pembangunan dan Pemeliharaan Situs Web dan Aplikasi Mobile, E-Commerce dan Marketplace, Digital Marketing, Teknologi Cloud, Big Data dan Analitik, IoT (Internet of Things), Pembayaran Digital, Automasi Bisnis, AI (Artificial Intelligence) dan Chatbot, Sistem POS (Point of Sale) Terintegrasi, Manufaktur Digital, Blockchain, Pelatihan Online dan E-Learning, E-Procurement, Teknologi Berbasis Lokasi, Pemanfaatan Media Sosial, Cybersecurity [10]

Digital Marketing adalah aktivitas pemasaran yang memanfaatkan media digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada audiens yang ditargetkan. Tujuan utama dari digital marketing adalah mencapai sasaran bisnis seperti meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek, dan meningkatkan penjualan melalui penggunaan berbagai platform digital [11]

Beberapa konsep utama dalam digital marketing: Search Engine Optimization (SEO), Content Marketing, Social Media Marketing (SMM), Pay-Per-Click (PPC) Advertising, Email marketing [11]

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dan telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku-buku referensi, artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian, berita yang bersumber dari media massa, maupun publikasi dari instansi pemerintah atau lembaga terkait dan juga buku-buku referensi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data eksternal yaitu data yang bersumber dari studi pustaka terhadap artikel-artikel ilmiah dan juga buku-buku referensi. metode pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan terkait fenomena penelitian pada media massa dan studi Pustaka terhadap artikel-artikel ilmiah yang berhubungan dengan penelitian. Metode analisis data dalam penelitian ini dengan deskriptif kualitatif dengan melakukan literatur review artikel-artikel penelitian terkait transformasi digital pada UMKM. Artikel-artikel ilmiah dikumpulkan dalam satu tabel review artikel terdahulu lalu dilakukan analisa terhadap hasil penelitian yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital sangat dibutuhkan UMKM di era digital saat ini, hal ini disebabkan karena perilaku masyarakat telah beralih ke belanja online sehingga pelaku usaha harus memanfaatkan platform digital seperti TikTok, WhatsApp Business, Tokopedia, ShopeeFood, GrabFood, untuk memperluas pasar mereka, transformasi digital dapat berdampak pada jangkauan promosi, pelayanan, serta penjualan.

Tingginya jumlah masyarakat dalam penggunaan media sosial dan juga aplikasi e-commers merupakan peluang baik bagi para pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan. Meskipun persaingan menjadi lebih ketat, UMKM yang tidak melakukan transformasi digital berisiko kehilangan pelanggan dan tertinggal dari kompetitor. Oleh karena itu, UMKM perlu mempersiapkan literasi digital, perangkat dan internet yang memadai, memilih platform yang sesuai, serta memiliki perencanaan bisnis yang jelas agar digitalisasi dapat berjalan optimal dan meningkatkan daya saing usaha.

Transformasi digital memberikan berbagai manfaat bagi pelaku UMKM, antara lain meningkatkan efektivitas operasional, mempercepat proses transaksi, mempermudah komunikasi dengan pelanggan, serta membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan berdasarkan data penjualan. Selain itu, penggunaan teknologi digital dapat membantu membangun citra usaha yang lebih profesional, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta memperkuat hubungan dengan konsumen melalui interaksi yang lebih mudah dan cepat.

Meskipun demikian, penerapan transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, serta keterbatasan modal untuk mendukung penggunaan teknologi. Kondisi tersebut menyebabkan tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan edukasi mengenai digitalisasi UMKM agar pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan teknologi dan meningkatkan kemampuan bersaing.

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 228-235

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan literatur review pada artikel-artikel ilmiah terdahulu yang berhubungan dengan transformasi digital bagi UMKM sebanyak 20 artikel penelitian terdahulu.

Tabel 1. Review Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Tahun	Hasil
1	Inovasi teknologi guna meningkatkan produktivitas dan daya saing umkm dalam rangka ketahanan ekonomi	Antoni Ludfi Arifin, Umar Winarno, Arif Badrudin	2025	Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital berperan penting dalam efisiensi operasional, ekspansi pasar, dan penciptaan nilai tambah. Namun, implementasi teknologi masih terkendala oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, ketergantungan pada teknologi asing, dan ketimpangan infrastruktur.
2	Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital: Studi Kasus pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Makassar	Aminah, Fausiah, Meldilianus N J Lenas	2025	Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi digital marketing seperti penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan teknik konten kreatif mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, dan membangun hubungan pelanggan yang lebih baik. Kendala seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya juga diidentifikasi, namun dapat diatasi dengan pelatihan dan pendampingan yang tepat.
3	Pengaruh Sumber Daya Manusia, Inovasi Teknologi Digital, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Wilayah Medan Utara	Ahmad Rivai, Amin Hou, Mega Hernawati Harefa, Agus Susanto, Mhd Restu Razaq	2025	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Secara manajerial, temuan ini menekankan pentingnya penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pemanfaatan inovasi digital dalam kegiatan operasional
4	Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi Di Era Ekonomi Digital	Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecillia Miranda Br Lumban Gaol, Lokot Muda Harahap	2025	Temuan penelitian menunjukkan pentingnya dukungan eksternal, seperti Pelatihan, pendampingan, dan kebijakan pemerintah, dalam memfasilitasi transformasi digital. Strategi utama Yang diusulkan meliputi peningkatan literasi digital, kolaborasi dengan platform digital, dan inovasi produk.
5	Transformasi Digital dalam Manajemen SDM UMKM Medan Untuk Efisiensi dan Keberlanjutan Bisnis	Ahmad Harun Daulay, Bina Era Dany, Yuni Andri Ekawati, Mestika Amelia Sinuraya	2025	Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan interaktif dan hands-on learning efektif dalam mendorong adopsi teknologi di kalangan UMKM. Selain dampak langsung pada Efisiensi dan produktivitas, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya jejaring kolaboratif antar pelaku UMKM Untuk berbagi praktik digital yang berkelanjutan.
6	Peran Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Medan	Meri Roito Siregar, Laisa Asri Nasution, Mawar Rasimah Br. Dalimunthe, Mohamad Anouvan Syumantra, Nurbaiti	2026	Hasil analisis menunjukkan bahwa ekonomi digital berperan signifikan dalam meningkatkan Daya saing UMKM, khususnya melalui digital marketing, inovasi teknologi, serta optimalisasi platform digital Yang mampu meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan.

No	Judul	Penulis	Tahun	Hasil
7	Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM di Kota Medan	Melda Brina, Maya Siahaan	2024	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Medan masih belum sepenuhnya memahami konsep dan manfaat digital marketing. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dari Pemerintah daerah, khususnya Pemerintah Kota Medan dan Dinas Koperasi, untuk menyelenggarakan Pelatihan dan sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing.
8	SINERGI STRATEGI DIGITALISASI DAN DUKUNGAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEBERLANJUTAN UMKM KULINER DI KOTA MEDAN	Annisa Rahmah Herlin, Nurdyanti Choirunnisa Pane, Era Rahmadani Damanik, Fitri Hayati	2025	Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting Dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta Memperkuat daya saing UMKM kuliner.
9	Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar	Novi Algi Alviani, Munawaroh	2025	Hasil penelitian menunjukkan ada peluang Berlipat ganda dan perhatian UMKM, dimana ada kebutuhan khusus bagi UMKM untuk melakukan transformasi Digitalisasi dalam rangka meningkatkan daya saing bisnis dan memperluas pangsa pasar.
10	Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital	Ustadus Sholihin	2024	Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi untuk pengembangan kurikulum Dan program pembangunan yang dapat mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan Meningkatkan daya saing bisnis kecil.
11	Analisis Penggunaan E-Commerce Bagi UMKM di Era Digital	Dicha Putri Rezkia	2024	Temuan penelitian Menunjukkan bahwa e-commerce memberikan manfaat signifikan, seperti pertumbuhan penjualan dan pasar, serta efisiensi operasional.
12	Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal	Faturrahman Ega Saiful Subhan Shoalihin	2025	Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi Digital berperan signifikan dalam memperluas jangkauan pasar UMKM, Meningkatkan omzet, menciptakan peluang bisnis baru, dan mendorong Kesadaran masyarakat terhadap produk lokal.
13	Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital	Ainil Mardiah, Sunarni, Nia Rifanda Putri, Mohammad Gifari Sono, Johni Eka Putra	2024	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan digital marketing mendapatkan penjualan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital dapat menjadi solusi yang efektif bagi UMKM dalam Meningkatkan penjualan mereka.
14	Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital	Nilfatri, Muhammad Sapriandi	2024	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan teknologi digital, seperti e-commerce, digital marketing, dan Sistem manajemen berbasis teknologi, dapat meningkatkan efisiensi

No	Judul	Penulis	Tahun	Hasil
15	Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar	Achmad Solechan, Toni Wijanarko AP, Budi Hartono	2023	Operasional dan memperluas pangsa pasar UMKM. Hasil penelitian menunjukkan ada peluang berlipat ganda dan perhatian UMKM, Dimana ada kebutuhan khusus bagi UMKM untuk melakukan transformasi digitalisasi dalam rangka meningkatkan daya saing bisnis Dan memperluas pangsa pasar.
16	Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Medan pada Kebijakan pemkot	Ahmad Wahyudi Zein, Muhammad Alif, Riandi Pathan Nasution, Agung Laksono, Farhan Rizki Noor Harun	2025	Penelitian ini menemukan bahwa digitalisasi memiliki berbagai manfaat bagi UMKM, seperti meningkatkan daya saing mereka, merampingkan operasi mereka, dan Mengakses pasar baru. Penerapan pendampingan, pelatihan, dan pengintegrasian usaha mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) dalam platform daring atau e-Katalog daerah merupakan contoh kebijakan yang mendukung Digitalisasi yang telah diterapkan Pemerintah Kota Medan dan sangat penting dalam mencapai keberhasilan.
17	DIGITALISASI UMKM: STRATEGI DAN MODEL BISNIS BERBASIS TEKNOLOGI UNTUK KEBERLANJUTAN	Rasenda, Moch. Rizal, Hari Wiyana, Siti Nabila Subagja	2025	Hasil penelitian Menunjukkan bahwa adopsi teknologi dalam bisnis UMKM Berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional, perluasan Pasar, dan penguatan daya saing.
18	IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI DIGITAL DALAM TRANSFORMASI BISNIS: STUDI PADA UMKM INDONESIA	Yanti Susanti, Nanda Ayu Frastika	2025	Hasil analisis menunjukkan bahwa 76% UMKM yang mengimplementasikan Strategi digital mencatat pertumbuhan pendapatan signifikan, dengan peningkatan rata-rata 45% Dalam efisiensi operasional. Studi ini juga mengidentifikasi bahwa 45% UMKM telah mengadopsi E-commerce, 38% mengimplementasikan sistem manajemen digital, dan 28% memiliki strategi Digital formal.
19	Peran Mediasi Transformasi Digital dalam Pengelolaan SDM terhadap Peningkatan Kinerja UMKM: Path Analysis	Lie, Sudarmiati, Ludi Wishnu	2024	Temuan ini memberikan wawasan bagi pelaku UMKM khususnya anggota Yang tergabung dalam komunitas Forbinus Nusantara untuk mengoptimalkan strategi pengelolaan SDM dan penerapan Teknologi digital guna meningkatkan kinerja mereka dalam menghadapi tantangan di era digital.
20	TINJAUAN REGULASI UMKM DALAM MENDUKUNG TRANSFORMASI DAN KEBERLANJUTAN BISNIS DI ERA DIGITAL	Muhammad Arbani	2025	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transformasi digital merupakan kunci keberlangsungan UMKM, namun Membutuhkan peningkatan literasi digital, dukungan infrastruktur, dan kebijakan Yang mendukung pertumbuhan berbasis teknologi.

Sumber : [12][13][14][15][16][17][18][19][20][21][22][23][24][3][2][25][1][26][27]

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 228-235

Dari hasil analisis literatur review pada seluruh artikel yang penulis lakukan, dapat disimpulkan beberapa dampak dari transformasi digital terhadap UMKM diantaranya Transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas usaha, peningkatan fisibilitas dengan sistem digitalisasi UMKM juga dapat melakukan ekspansi pasar/memperluas jangkauan pasar menjadi lebih luas lagi, sehingga pemasaran produk tidak lagi terbatas oleh lokasi unit usaha dan para pelaku usaha akan dengan mudah membangun hubungan pasar antara penjual dan pelanggan. Transformasi digital juga dapat meningkatkan penjualan bagi para pelaku UMKM sehingga akan berdampak pada peningkatan pendapatan dari UMKM itu sendiri, dapat meningkatkan daya saing usaha dan menciptakan peluang bisnis baru.

Dari beberapa dampak dilakukannya transformasi digital bagi UMKM tersebut terdapat point yang memiliki dampak paling tinggi yaitu,

- a. Transformasi dapat membangun hubungan pasar,
- b. Transformasi dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas
- c. Transformasi dapat meningkatkan daya saing usaha,
- d. Transformasi dapat meningkatkan pendapatan, dan fisibilitas produk.

Sehingga dapat dikatakan transformasi digital akan sangat memberikan pengaruh positif bagi UMKM. Dengan jangkauan pasar yang sangat luas, diiringi dengan tingginya penggunaan media digital saat ini dapat dikatakan merupakan peluang yang cukup baik bagi para pelaku UMKM penjualan yang tidak dibatasi oleh waktu merupakan peluang besar bagi seluruh pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan kualitas usaha.

Namun dalam hasil analisa literatur review ada hal yang masih membutuhkan perhatian khusus agar transformasi digital ini berjalan dengan baik dan efektif yaitu pentingnya pengetahuan literasi digital bagi para pelaku UMKM, dari hasil review beberapa artikel mengatakan masih cukup rendahnya literasi digital dari para pelaku UMKM, terbatasnya sumber daya manusia, dan kurangnya pelatihan.

Hal ini penting menjadi perhatian terutama bagi pemerintah untuk terus meningkatkan pengetahuan bagi para pelaku UMKM terkait literasi digital, beberapa program yang dapat dilakukan seperti program pelatihan media digital seperti ecommerce dan media sosial, pendampingan bagi para pelaku UMKM terhadap penerapan dan penggunaan media digital sehingga penggunaan dapat tepat sasaran.

5. KESIMPULAN

Transformasi digital memberikan berbagai manfaat bagi pelaku UMKM diantaranya membangun hubungan pasar, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, meningkatkan daya saing usaha, meningkatkan pendapatan, dan fisibilitas produk. Namun penerapan transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, serta keterbatasan modal untuk mendukung penggunaan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan edukasi mengenai digitalisasi UMKM agar pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan teknologi.

REFERENCES

- [1] Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecilia Miranda Br Lumban Gaol, and Lokot Muda Harahap, "Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital," *Manajemen Bisnis Digital Terkini*, vol. 2, 2025.
- [2] Meri Raito Siregar, Laisa Asri Nasution, Mawar Rasimah Br. Dalimunthe, Mohamad Anouvan Syumantra, and Nurbaiti, "Peran Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Medan," *Jurnal Bisnis Ekonomi Syariah, dan Pajak (JBEP)*, vol. 3, 2026.
- [3] Melda Brina and Maya Siahaan, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM di Kota Medan," *Jurnal Of Social Science Research*, vol. 4, 2024.
- [4] Admin BBPSDMP Kominfo Medan, "Transformasi Digital UMKM BBPSDMP Kominfo Medan dan Universitas Harapan Bekali Pelaku Usaha Medan Teknologi AI," Badan Pengembangan SDM Komdigi.
- [5] Anggi lutfhi Panggabean, "Pemkot Medan Dorong UMKM Memanfaatkan Digitalisasi Perkuat Daya Saing," *Antara SUMUT*, 2026.
- [6] Dinas Pariwisata Medan, "UMKM Bangkit Pemko Medan Dorong Transformasi Digital Melalui Pelatihan Strategi Bersama Lazada," Dinas Pariwisata Medan.
- [7] Diskominvo Provsu, "Sukses Kembangkan UMKM Gubernur SUMUT Bobby Nasution Tingkatkan Daya Saing Daerah," Dinas Komunikais Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.
- [8] LinkUMKM, "Medan Jadi Pusat Pelatihan Digital UMKM Kementrian UMKM Gelar Entrepreneur Hub 2025," LinkUMKM.id.
- [9] Nuraida Wahyu Sulistyani, Muhammad Heru Akhmadi, Salmi Yuniar Bahri, and Acep Fatchuroji, *Membangun UMKM Berdaya Saing, Inovasi, Kreativitas, Dan Teknologi*, 1st ed. Medan: PT.MEDIA PENERBIT INDONESIA, 2025.
- [10] Nia Nadilla, Tri Ayu Parwati, and Yusvi Diana, *Identifikasi Faktor-Faktor Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM*, 1st ed. Solok: PT.MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA, 2024.

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 228-235

- [11] Kartini Harahap, *Digital Marketing Strategi Dan Implementasi Dalam Bisnis Modern*, 1st ed. Medan: PT.MEDIA PENERBIT INDONESIA, 2025.
- [12] Ahmad Wahyudi Zein, Muhammad Alif, Riandi Pathan Nasution, Agung Laksono, and Farhan Rizki Noor Harun, "Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Medan pada Kebijakan Pemkot," *Jurnal Ekomi Dan Manajemen*, vol. 5, 2025.
- [13] Muhammad Arbani, "Tinjauan Regulasi UMKM Dalam Mendukung Transformasi Dan Keberlanjutan Bisnis Di Era Digital," *Jurnal Syntax Dmiration*, vol. 6, 2025.
- [14] Landreas Utama Lie, Sudarmiatin, and Ludi Wishnu, "Peran Mediasi Transformasi Digital dalam Pengelolaan SDM Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Path Analysis," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, vol. 2, 2024.
- [15] Yanti Susanti and Nanda Ayu Fransiska, "Implementasi Manajemen Strategi Digital Dalam Transformasi Bisnis Studi Pada UMKM Indonesia," *Journal Of Economic and Digital Bussines*, vol. 2, 2025.
- [16] Rasenda, Moch, Rizal, Hari Wiyana, and Siti Nabila Subagja, "Digitalisasi UMKM Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan," *Jurnal Bisnis Digital*, vol. 1, 2025.
- [17] Acmad Solechan, Toni Wijanarko AP, and Budi Hartono, "Tranfformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar," *Jurnal Informatika Upgris*, vol. 9, 2023.
- [18] Nilfatri and Muhammad Spriandi, "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital," *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, vol. 1, 2024.
- [19] Ainal Mardiah, Sunarni, Na Rifanda Putri, Mohammad Gifari Sono, and Johni Eka Putra, "Strategi Pemasaran Digital Untuk UMKM di Era Digital," *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, vol. 5, 2024.
- [20] Fatturahman, Ega Saiful Subhan, and Shoalihin, "Pengembangan UMKM Berbasis Tranformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal," *Advences in Management & Financial Reporting*, vol. 3, 2025.
- [21] Ustadus Sholihin, "Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Tranformasi Digital," *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-coomece*, vol. 3, 2024.
- [22] Dicha Putri Rezkia, "Analisis Penggunaan E-Coomerce Bagi UMKM di Era Digital," *Jurnal Seminar Nasional Prosiding Ilmu Manajemn Kewirausahaan dan Bisnis*, vol. 1, 2024.
- [23] Novi Algi Alviani and Munawaroh, "Tranformasi Digital Pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar," *Master Manajemen*, vol. 3, 2025.
- [24] Annissa Rahma Herlin, Nurdyanti Choirunnisa Pane, Era Rahmadani Damanik, and Fitri Hayati, "Sinergi Strategi Digitalisasi dan Dukungan Lembaga Keuangan Mikro Terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kota Medan," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 10, 2025.
- [25] Ahmad Harun Daulay, Bina Era Dany, Yuni Andri Ekawati, and Mestika Amelia Sinuriya, "Trnformasi Digital dalam Manajemen SDM UMKM Medan Untuk Efesiensi dan Keberlanjutan Bisnis," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, 2025.
- [26] Ahmad Rivai, Amin Hou, Mega Hernawati Harefa, Agus Susanto, and Mhd Restu Rezaq, "Pengaruh Sumber Daya Manusia, Inovasi Teknologi Digital, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Wilayah Medan Utara," *Administrasi Kantor*, vol. 3, 2025.
- [27] Aminah, Fausiah, and Meldilianus N J Lenas, "Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Pemassaran Digital: Studi Kasus pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Medan," *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniori*, vol. 4, 2025.