Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen
Volume. 5, Nomor 2, Juni 2025
e-ISSN: 2962-4010; p-ISSN: 2962-4444, Hal 116-127
DOI: https://doi.org/10.55606/optimal.v5i2.5816
Available online at: https://researchhub.id/index.php/optimal

Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Medan pada Kebijakan PemKot

Ahmad Wahyudi Zein[1] , Muhammad Alif[2] , Riandi Pathan Nasution[3] , Agung Laksono[4] , Farhan Rizki Noor Harun[5]
[1- 5] Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Alamat: Jl. IAIN No. 1 Medan, Sumatera Utara, Indonesia, 20235
Korespondensi penulis: ahmadwahyudizein@uinsu.ac.id

Abstract. *This study examines the ways in which digitalization has contributed to the increased competitiveness of MSMEs in Medan City, in light of legislative measures imposed by the Medan City Government. Based on the facts that micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) have been forced to undertake digital changes due to the pandemic, this study examines the importance in digitalization as a strategy for MSMEs in this era of the digital economy. Small, medium, and micro-sized enterprises (MSMEs) in Medan City may benefit from the city government's digitization initiatives, which is why this study seeks to investigate them. The method used is the Systematic Literature Review (SLR), which involves looking at academic articles and secondary materials about the digitalization of MSMEs in Medan City. The research found that digitization has various benefits for MSMEs, such as increasing their competitiveness, streamlining their operations, and accessing new markets. Mentorship applications, training, and the incorporation of micro, small, and medium companies (MSMEs) in online platforms or local e-Catalogs are examples of digitalization-supportive policies implemented by the Medan City Government that have been essential in achieving success. The results of this research highlight the importance of partnerships between government departments, MSMEs, and other stakeholders in improving MSMEs' digital skills so that they can compete globally.*

Keywords: *Digitalization, MSMEs, Competitiveness, Government Policy*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji bagaimana digitalisasi telah berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kota Medan, berdasarkan langkah-langkah legislatif yang diberlakukan oleh Pemerintah Kota Medan. Berdasarkan fakta bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah dipaksa untuk melakukan perubahan digital karena pandemi, penelitian ini mengkaji pentingnya digitalisasi sebagai strategi bagi UMKM di era ekonomi digital ini. Usaha kecil, menengah, dan mikro (UMKM) di Kota Medan dapat memperoleh manfaat dari inisiatif digitalisasi pemerintah kota, itulah sebabnya penelitian ini berupaya untuk menyelidikinya. Metode yang digunakan adalah Tinjauan Literatur Sistematis (SLR), yang melibatkan peninjauan artikel akademis dan bahan sekunder tentang digitalisasi UMKM di Kota Medan. 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. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya kemitraan antara instansi pemerintah, UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan keterampilan digital UMKM agar mampu bersaing secara global.

Kata kunci: Digitalisasi, UMKM, Daya Saing, Kebijakan Pemerintah.

1. LATAR BELAKANG

Ketika mempertimbangkan masa depan ekonomi kota dan negara, pertanyaan tentang bagaimana digitalisasi bisa membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kota Medan untuk bersaing merupakan pertanyaan yang tepat waktu dan penting. Ada sejumlah UMKM di Kota Medan, sekitar 70.000 secara keseluruhan, dan mereka memainkan peran

Received: April 15, 2025; Revised: April 30, 2025; Accepted: Mei 04, 2025; Online Available: Mei 06, 2025;

penting dalam pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja kota. Dengan semua perangkat digital baru di ujung jari mereka, mungkin sulit bagi (UMKM Medan guna memanfaatkannya secara maksimal guna mengembangkan basis pelanggan, menyederhanakan operasi, dan membuat barang mereka lebih kompetitif. Dalam arti luas, digitalisasi mencakup penggunaan TIK dalam banyak aspek operasi UMKM, seperti pemasaran digital, e-commerce, dan manajemen perusahaan berbasis aplikasi digital. Melalui digitalisasi, UMKM dapat mengotomatiskan lebih banyak proses perusahaan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan produksi, serta membuka pasar baru dalam skala nasional dan bahkan global(Brina & Siahaan, 2024). Pemerintah Kota Medan (Pemkot Medan) telah menginisiasi berbagai program dan kebijakan untuk mendorong digitalisasi UMKM, seperti pelatihan digital, pengembangan aplikasi marketplace lokal seperti Kedai Elektronik Medan (Kedan), serta kolaborasi dengan berbagai pihak termasuk BUMN dan platform digital besar guna memperkuat ekosistem digital UMKM.

Namun, meskipun berbagai upaya telah dilakukan, pelaksanaan digitalisasi UMKM di Medan masih menghadapi sejumlah kendala yang signifikan. Berdasarkan hasil penelitian, digitalisasi UMKM di Kota Medan belum terlaksana secara optimal. Distribusi pelatihan digital yang tidak merata, rendahnya motivasi pelaku UMKM untuk menjalani transformasi digital, serta minimnya sumber daya manusia dan sarana penunjang di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan menjadi faktor penyebabnya(Ginting & Nur, 2024). Selain itu, masih terdapat gap dalam pemahaman teknologi digital oleh pelaku UMKM, kendala biaya pengembangan aplikasi digital, dan kurangnya SDM yang kompeten untuk mengelola transformasi digital. Hal ini menunjukkan adanya gap antara potensi besar UMKM Medan dan realisasi digitalisasi yang efektif, yang menjadi urgensi untuk dilakukan penelitian lebih mendalam dan strategis.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang mengkaji secara komprehensif peran digitalisasi dalam konteks kebijakan Pemerintah Kota Medan, dengan pendekatan yang mengintegrasikan analisis kebijakan, kapasitas kelembagaan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi multi-stakeholder dalam implementasi digitalisasi, serta perlunya evaluasi berkelanjutan dan inkubasi digitalisasi agar UMKM tidak hanya sekadar mendapatkan edukasi, tetapi mampu mengoperasikan dan mengembangkan usaha secara digital secara berkelanjutan(Brina & Siahaan, 2024). Dengan demikian, penelitian ini mengisi gap terkait implementasi kebijakan digitalisasi UMKM di Kota Medan yang belum banyak dibahas secara detail, khususnya dalam konteks peningkatan daya saing melalui digitalisasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dan bagaimana strategi digitalisasi Pemerintah Kota Medan telah membantu usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Medan menjadi lebih kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang membantu atau merugikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan transformasi digital mereka sehingga dapat memberikan dampak paling positif terhadap perkembangan mereka. Selain itu, penelitian ini akan memberikan rekomendasi strategis dan mengevaluasi kemanjuran program digitalisasi saat ini. Jadi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi peta jalan bagi Pemerintah Kota Medan dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya untuk diikuti saat mereka membantu UMKM di Medan menjadi lebih kompetitif melalui digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan mempertimbangkan semua hal, pengaturan ini menekankan betapa pentingnya digitalisasi bagi UMKM Kota Medan untuk berkembang dalam ekonomi digital dan memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan strategis. Harus ada kolaborasi sinergis antara pihak-pihak terkait, pemerintah, atau sektor bisnis, serta dukungan kebijakan yang tepat, agar UMKM dapat beralih ke digital dan meningkatkan daya saing atau kontribusi ekonomi regional mereka.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian dan Konsep Dasar Digitalisasi UMKM

Untuk meningkatkan produktivitas, berekspansi ke pasar baru, dan tetap kompetitif, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sedang "didigitalisasi". Ini berarti menggabungkan teknologi digital ke dalam operasi perusahaan sehari-hari(Zaini, 2024). Untuk mendukung gagasan ini, ada Resource-Based View, atau disingkat RBV (Barney, 1991) yang mengatakan bahwa teknologi adalah aset strategis untuk mendapatkan keunggulan di pasar. Untuk mendukung gagasan ini, ada Resource-Based View, atau disingkat RBV (Barney, 1991) yang mengatakan bahwa teknologi adalah aset strategis untuk mendapatkan keunggulan di pasar(Friska et al., 2024). Sementara itu, menurut TAM, atau Technology Acceptance Model (Davis, 1989), orang cenderung menerima teknologi baru jika mereka yakin teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Menilai kesiapan UMKM untuk merangkul platform digital merupakan penerapan penting dari gagasan ini.

Digitalisasi UMKM adalah proses penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, manajemen keuangan, produksi, distribusi, dan transaksi bisnis UMKM. Proses ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mengotomatisasi berbagai aktivitas usaha, seperti pencatatan keuangan, pengelolaan stok, pemasaran digital, hingga pembayaran elektronik.

Dengan digitalisasi, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan produktivitas, serta mengurangi biaya operasional(Octiva et al., 2024). Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, baik secara nasional maupun internasional, melalui toko online di platform e-commerce atau media sosial(Hidayat et al., 2024). Menurut Man, Lau, & Chan (2002), daya saing UMKM dibangun melalui tiga dimensi:

a. Potensi: Kemampuan mengelola sumber daya dan lingkungan usaha.
b. Proses: Efisiensi operasional dan manajerial.
c. Kinerja: Hasil akhir berupa pertumbuhan pasar dan profitabilitas(Suyanto & Purwanti, 2020).

Penelitian oleh Buckley et al. (1988) menambahkan bahwa daya saing UMKM bergantung pada kemampuan berkelanjutan dalam mengakses sumber daya, mengontrol proses bisnis, dan menciptakan inovasi. Dengan penggunaan digitalisasi, UMKM dapat mengotomatiskan sejumlah prosedur operasional yang sebelumnya manual, termasuk pemrosesan pembayaran, akuntansi keuangan, manajemen inventaris, dan pencatatan transaksi. Pembelajaran mesin memungkinkan UMKM untuk merampingkan operasi mereka, mengurangi kesalahan manusia, dan meningkatkan produktivitas(Indriyani et al., 2024). Digitalisasi menyediakan alat analisis data yang membantu UMKM memahami pola pembelian pelanggan, preferensi pasar, dan tren yang sedang berkembang. Dengan informasi ini, UMKM dapat menyesuaikan strategi pemasaran, pengembangan produk, dan penentuan harga agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga keputusan bisnis menjadi lebih strategis dan efektif(Godwin et al., 2024).

Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Mendukung Digitalisasi UMKM

Menjadikan ekosistem digital di daerahnya lebih ramah bagi UMKM merupakan prioritas utama bagi pemerintah daerah. TP2DD dan Satgas P2DD di tingkat kabupaten, kota, dan provinsi dapat mewujudkannya. Untuk mempercepat proses digitalisasi kebijakan bagi UMKM dan mendorong kerja sama antar pemangku kepentingan di daerah, dibentuklah satuan tugas ini. Memiliki infrastruktur digital yang memadai merupakan prasyarat penting bagi keberhasilan digitalisasi UMKM. Untuk memastikan bahwa UMKM memiliki akses mudah ke platform digital, pemerintah daerah berinvestasi untuk menyediakan internet yang andal dan murah. Di tempat-tempat yang teknologi digitalnya belum mencapai potensi penuhnya, infrastruktur ini sangat penting. Pemerintah daerah dan negara bagian berperan aktif dalam mengoordinasikan program pendidikan dan pelatihan

digital bagi UMKM. Manajemen produk daring, jejaring sosial, e-commerce, dan pemasaran digital merupakan bagian dari kursus ini. Kursus ini akan membantu UMKM memahami keuntungan digitalisasi dan berhasil menggabungkan teknologi ke dalam operasi mereka(Hendra et al., 2024).

Untuk mendorong UMKM berinvestasi dalam digitalisasi, pemerintah daerah menyediakan berbagai skema pembiayaan seperti kredit khusus, hibah, atau insentif lainnya. Bantuan dana ini digunakan untuk pembelian perangkat teknologi, pengembangan platform digital, atau biaya pelatihan. Dukungan finansial ini penting untuk mengatasi kendala modal yang sering dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital.

Pemerintah daerah juga menyediakan layanan konsultasi dan pendampingan bagi UMKM yang ingin memahami dan mengimplementasikan teknologi digital. Pusat informasi digital lokal dan program pendampingan membantu pelaku usaha dalam mengatasi hambatan teknis serta mempercepat adaptasi teknologi digital dalam operasional bisnis mereka.

Sinergi dari pemerintah daerah, sektor swasta, maupun lembaga pendidikan membuat strategi penting guna memperkuat digitalisasi UMKM. Pemerintah daerah menggandeng platform e-commerce, perusahaan teknologi, dan institusi pendidikan untuk menyediakan pelatihan, teknologi, dan akses pasar digital. Contohnya, program GoFood PAS di Purwokerto yang bekerja sama dengan layanan pengantaran makanan untuk memperluas pemasaran digital UMKM kuliner lokal. Pemerintah daerah turut berperan dalam merumuskan regulasi yang mendukung pertumbuhan UMKM dalam ekosistem digital. Regulasi ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi pelaku UMKM dalam transaksi digital, menjaga keamanan data, dan menciptakan iklim usaha yang sehat dan terpercaya.

Peran Digitalisasi dalam Peningkatan Daya Saing UMKM

Menjadikan UMKM lebih efisien dalam operasional sehari-hari merupakan salah satu fungsi utama digitalisasi. UKM dapat mengotomatiskan operasional bisnis mereka yang sebelumnya manual dengan menggunakan teknologi seperti aplikasi pembayaran digital, sistem kontrol inventaris, dan perangkat lunak akuntansi. Hal ini tidak hanya memangkas biaya dan menghemat waktu, tetapi juga mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan manusia. Dengan tingkat efisiensi ini, UMKM dapat memanfaatkan sumber daya mereka dengan lebih baik, sehingga memberi mereka keuntungan di pasar.

Digitalisasi telah menciptakan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Berkat e-commerce dan media sosial, UMKM dapat memperluas jangkauan penjualan mereka di luar pasar lokal atau regional dan menjangkau pelanggan di seluruh negeri atau bahkan dunia. UKM dapat meningkatkan potensi penjualan dan omzet perusahaan mereka dengan bantuan pemasaran digital dan etalase daring, yang memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih beragam(Sholihin, 2024). Digitalisasi juga memperkuat interaksi antara UMKM dan pelanggan. Media sosial dan aplikasi komunikasi digital memudahkan UMKM untuk berkomunikasi secara personal dengan pelanggan, menerima umpan balik, serta meningkatkan pelayanan. Hal ini membantu dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan dengan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kualitas penawaran.

Dengan adanya data digital yang terkumpul dari perilaku pelanggan dan tren pasar, UMKM dapat melakukan analisis yang lebih mendalam untuk mengembangkan inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Digitalisasi mempermudah UMKM dalam melakukan diferensiasi produk sehingga dapat bersaing lebih efektif dengan kompetitor(Amalia & Budiman, 2024). Meskipun digitalisasi memberikan banyak manfaat, terdapat beberapa hambatan yang menghambat adopsi teknologi digital oleh UMKM, Masalah yang dihadapi termasuk pendanaan yang tidak memadai, tingkat pengetahuan digital yang rendah, dan akses yang tidak memadai terhadap teknologi. Oleh karena itu, agar transformasi digital berhasil dan bertahan lama, diperlukan dukungan dari organisasi publik dan komersial serta lembaga pendidikan untuk meningkatkan literasi digital dan memperluas akses UMKM terhadap teknologi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengkaji dampak digitalisasi terhadap daya saing UMKM di Kota Medan, khususnya dalam kerangka kebijakan yang diterapkan oleh Pemerintah Kota (Pemkot). Metode SLR dipilih untuk penelitian ini karena memungkinkan sintesis data ilmiah yang transparan, sistematis, atau terstruktur dari literatur yang relevan. Literatur dicari menggunakan basis data seperti Google Scholar, Scopus, dan ScienceDirect. Dengan menggunakan metode SLR, penelitian ini menawarkan pandangan holistik tentang bagaimana digitalisasi dan kebijakan yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Medan berinteraksi untuk meningkatkan daya saing UMKM. Hasilnya dapat memandu para pembuat kebijakan dan pelaku UMKM dalam

mengembangkan strategi yang inklusif dan jangka panjang yang memanfaatkan teknologi(Lubis & Very, 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi Berkontribusi Signifikan dalam Memperluas Akses Pasar, Meningkatkan Efisiensi Operasional, dan Memperkuat Daya Saing UMKM

UMKM telah memperoleh manfaat besar dari digitalisasi dalam hal peningkatan efisiensi operasional, peningkatan daya saing, dan perluasan akses ke pasar. UKM di era digital modern yang mahir menggunakan teknologi digital memiliki peluang lebih baik untuk berhasil di pasar domestik dan internasional.

Memperluas jangkauan pasar merupakan salah satu manfaat utama digitalisasi bagi UMKM. Keterbatasan geografis dan biaya pemasaran yang besar menyebabkan sebagian besar UMKM hanya dapat menjangkau pasar kecil atau di sekitar sebelum era digital. Di sisi lain, berkat digitalisasi, UMKM kini dapat mengiklankan barang dagangan mereka dalam skala nasional dan bahkan global melalui situs jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok serta platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Hal ini membuka prospek penjualan yang sebelumnya tidak dapat diakses dengan membuat barang-barang UMKM dikenal oleh khalayak yang jauh lebih besar tanpa perlu kehadiran fisik(Saputri et al., 2025).

Digitalisasi tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. UKM dapat menghemat waktu dan uang dengan menggunakan TIK untuk banyak bagian organisasi mereka. Bagian-bagian ini meliputi manajemen inventaris, catatan keuangan, dan prosedur pembayaran otomatis. Misalnya, dengan menggunakan aplikasi manajemen inventaris berbasis *cloud*, Anda dapat mengawasi tingkat stok secara real-time, yang membantu mencegah kehabisan stok. Data keuangan dapat dicatat dan dilaporkan secara lebih tepat dan sistematis dengan penggunaan perangkat lunak akuntansi digital seperti Jurnal atau Mekari.

Agar UMKM dapat berkembang pesat di pasar yang serba cepat dan sangat kompetitif saat ini, digitalisasi sangatlah penting. Dalam hal bersaing dengan perusahaan besar dan pelaku bisnis internasional, UMKM tidak dapat dikalahkan jika mereka merangkul teknologi digital. Dengan bantuan digitalisasi, UMKM dapat meningkatkan layanan pelanggan mereka, menanggapi kebutuhan konsumen dengan lebih cepat, dan membuat keputusan strategis yang lebih baik berdasarkan data analitis.

Adopsi digitalisasi oleh UMKM bukannya tanpa kendala. Hal ini mencakup kurangnya literasi digital, koneksi internet yang lambat di daerah pedesaan, dan biaya awal yang mahal untuk teknologi. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan organisasi terkait untuk menyediakan program pelatihan digital, subsidi teknologi, dan infrastruktur digital yang memadai untuk membantu UMKM memanfaatkan digitalisasi secara maksimal.(Uly Mabruroh Halida & Wilantini, 2023).

Kebijakan Pemkot Medan yang mendukung digitalisasi menjadi faktor kunci keberhasilan.

UKM di Medan telah menjadi sasaran pemerintah kota (Pemkot) dalam upaya untuk meningkatkan kehadiran digital mereka, yang dipandang penting bagi pertumbuhan ekonomi kota. Kebijakan ini diwujudkan melalui program pendampingan, pelatihan, serta integrasi UMKM ke platform digital dan e-Katalog lokal yang secara signifikan memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar modern.

Pertama, Pemkot Medan secara aktif memberikan pelatihan pemasaran digital kepada pelaku UMKM. Misalnya, lewat Dinas Koperasi dan UKM, Pemkot menyelenggarakan pelatihan pemasaran dengan tren digital yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam memasarkan produk secara digital. Pelatihan ini meliputi pengenalan konsep digital marketing, pembuatan konten yang efektif, serta praktik langsung penggunaan media sosial dan marketplace. Dengan pelatihan ini, para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan pemasaran produk mereka secara daring sehingga mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, terutama dalam situasi krisis seperti pandemi COVID-19 yang memaksa transaksi secara online(Dinas Kominfo Kota Medan, 2022).

Selain pelatihan, Pemkot Medan juga menyediakan program pendampingan yang intensif. Melalui pendampingan ini, UMKM dibimbing dalam mengelola bisnis digital, mulai dari pencatatan keuangan, penggunaan aplikasi digital untuk invoicing, hingga pengelolaan transaksi bisnis secara elektronik. Salah satu contoh konkret adalah kerja sama Pemkot Medan dengan Paper.id yang memberikan kuota berbayar gratis untuk 20.000 UMKM guna mengelola bisnis secara digital. Pendampingan ini membantu UMKM agar lebih profesional dan efisien dalam menjalankan usahanya, sekaligus memudahkan mereka dalam bertransaksi dan mencatat laporan keuangan(Prokopim Pemko Medan, 2022).

Integrasi UMKM ke dalam e-Katalog lokal juga menjadi bagian penting dari kebijakan digitalisasi Pemkot Medan. Pemerintah menargetkan agar ratusan produk UMKM dapat tampil di e-Katalog lokal, yang memungkinkan produk-produk tersebut dipasarkan dan dibeli oleh

instansi pemerintah maupun masyarakat luas secara online. Proses ini didukung dengan pembentukan kelas-kelas pelatihan dan pendampingan langsung oleh tim dari LKPP guna membantu UMKM mencantumkan produknya di e-Katalog. Selain memperluas akses mereka ke pelanggan, UMKM dapat memenuhi permintaan pemerintah melalui e-Katalog lokal, yang membantu mereka bertahan dalam bisnis lebih lama.

Program digitalisasi ini juga didukung oleh berbagai inisiatif seperti Gapura Digital yang memberikan pelatihan dan pembinaan kepada UMKM agar mampu mengembangkan bisnis melalui pemanfaatan media digital. Para pelaku UMKM yang mengikuti program ini mengaku mendapatkan pengetahuan baru tentang pemasaran digital dan strategi branding yang efektif, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan penjualan produk mereka secara signifikan(Fadiya Maysaroh Lubis et al., 2023).

Secara keseluruhan, kebijakan Pemkot Medan yang menggabungkan pelatihan, pendampingan, dan integrasi UMKM ke platform digital serta e-Katalog lokal telah menjadi faktor kunci keberhasilan dalam memperkuat posisi UMKM di era digital. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu UMKM bertahan di masa pandemi, tetapi juga membuka peluang baru untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin digital. Dengan dukungan berkelanjutan dari pemerintah, UMKM di Medan diharapkan mampu menjadi pilar utama dalam perekonomian lokal yang modern dan inklusif.

Sinergi antara Pemerintah, Pelaku UMKM, dan Pemangku Kepentingan Lainnya untuk Memperkuat Kapasitas Digital UMKM

Sinergi antara pemerintah, pelaku UMKM, juga pemangku kepentingan lainnya sangat krusial dalam memperkuat kapasitas digital UMKM agar mampu bersaing tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar global. Hal ini dikarenakan transformasi digital UMKM memerlukan dukungan multidimensional yang tidak bisa dilakukan secara parsial oleh satu pihak saja. Meskipun ada tantangan akibat pandemi, UMKM akan terus berkembang pesat dalam ekonomi digital. UMKM dapat meningkatkan jangkauan mereka kepada pelanggan dengan menjadi digital. Jika sebelumnya pasar pelanggan terbatas pada lokasi yang dapat diakses secara fisik, kehadiran digital telah membuka pasar yang jauh lebih besar(Mokodaser et al., 2022).

Pertama, pemerintah memiliki peran sentral dalam menyediakan kebijakan, program pelatihan, dan infrastruktur yang mendukung digitalisasi UMKM. Contohnya, Kementerian Koperasi dan UKM telah menginisiasi berbagai program seperti Kakak Asuh UMKM yang bertujuan mendampingi pelaku UMKM dalam memanfaatkan marketplace secara efisien, serta program Gerakan Nasional #banggabuatanIndonesia yang mendorong UMKM masuk ke ranah

digital(Handayani, 2023). Selain itu, pemerintah daerah seperti di Purwokerto juga aktif mengadakan pelatihan digitalisasi yang meliputi pemasaran daring, manajemen produk, dan penggunaan media sosial sebagai alat branding dan promosi(Hendra et al., 2024). Program-program ini menjadi fondasi penting agar UMKM memiliki literasi digital yang memadai dan siap beradaptasi dengan teknologi baru.

Kedua, pelaku UMKM sendiri harus aktif mengadopsi teknologi digital dan berinovasi dalam produk serta strategi pemasaran. Penggunaan platform digital seperti media sosial, website, dan e-commerce sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar, termasuk pasar internasional. UMKM juga perlu meningkatkan kualitas produk dan memahami regulasi serta standar internasional agar dapat memenuhi persyaratan ekspor. Dengan demikian, UMKM dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global.

Ketiga, pemangku kepentingan lain seperti sektor swasta dan platform e-commerce memiliki peran strategis dalam menyediakan akses teknologi, solusi logistik, dan jaringan pasar. Misalnya, kolaborasi antara KemenUKM dan platform e-commerce lintas negara seperti Master Bagasi membuka peluang bagi UMKM Indonesia untuk menembus pasar global dengan mengatasi hambatan distribusi, regulasi, dan akses pasar internasional. Program Bentala Project yang menghubungkan UMKM dengan berbagai kementerian dan diaspora Indonesia di luar negeri juga merupakan contoh sinergi yang mempercepat pertumbuhan UMKM dan ekspansi ekspor.

Dalam upaya kerja sama ini, sektor publik menyediakan regulasi dan edukasi, UMKM menerapkan ide-ide baru, dan sektor komersial serta platform daring memfasilitasi logistik dan akses ke pasar. Kemitraan ini menjamin bahwa UMKM dapat bersaing dalam skala global dengan barang-barang berkualitas tinggi dan strategi pemasaran yang efektif, dan bahwa transformasi digital mereka tidak berakhir di tingkat lokal.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM Indonesia dalam ekonomi digital, sangat penting untuk meningkatkan kemampuan digital mereka melalui kerja sama antara pemerintah, UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya. Jika kolaborasi ini berhasil, maka akan meningkatkan ekonomi dan meningkatkan kehidupan masyarakat di seluruh negeri.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM di Kota Medan dapat meningkatkan daya saing mereka melalui digitalisasi, yang membuka pasar baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat posisi mereka di pasar. Transformasi digital sebagian besar dimungkinkan oleh kebijakan yang ditetapkan oleh

Pemerintah Kota Medan. Kebijakan ini meliputi pelatihan pemasaran internet, program bimbingan intensif, dan penggabungan UMKM ke dalam platform online lokal dan e-Katalog. Masih berdiri sebagai hambatan untuk adopsi digital penuh adalah masalah termasuk distribusi pelatihan yang tidak merata, literasi digital yang rendah, infrastruktur yang tidak memadai, dan kurangnya pendanaan. Hasil studi ini menunjukkan betapa pentingnya bagi lembaga pemerintah, UMKM, dan mitra lainnya untuk bekerja sama untuk mengembangkan kemampuan digital jangka panjang yang membantu UMKM bersaing dengan sukses dalam skala global.

Penelitian ini juga mengakui keterbatasan terkait ketergantungan pada data sekunder melalui tinjauan pustaka yang sistematis, yang menunjukkan bahwa penelitian di masa mendatang dapat mencakup pengumpulan data primer untuk wawasan yang lebih bernuansa. Disarankan agar para pembuat kebijakan meningkatkan infrastruktur digital, memperluas program pelatihan yang inklusif dan mudah diakses, menyediakan mekanisme dukungan keuangan, dan mendorong kolaborasi multi-pemangku kepentingan untuk mengatasi hambatan yang ada dan mempertahankan pertumbuhan digital bagi UMKM di Medan. Penelitian lebih lanjut harus mengeksplorasi dampak jangka panjang digitalisasi terhadap kinerja UMKM dan menyelidiki strategi yang disesuaikan untuk berbagai sektor dalam ekosistem UMKM.

6. DAFTAR REFERENSI

Amalia, I. N., & Budiman, M. A. (2024). Peran digitalisasi dalam meningkatkan pertumbuhan umkm di daerah pedesaan. *JECO : Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, *3*(2), 36–43.

Brina, M., & Siahaan, M. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm di Cikarang Selatan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, *4*(4), 11490–11499. https://doi.org/10.58344/locus.v3i4.2544

Dinas Kominfo Kota Medan. (2022, June 29). Pemko Medan Gelar Pelatihan Pemasaran dengan Trend Digital, Diharapkan dapat Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM dalam Memasarkan Produk Secara Digital. *Portal.Medan.Go.Id*.

Fadiya Maysaroh Lubis, Nauval Haiban Ginting, & Purnama Ramadani Silalahi. (2023). Analisis Dampak Implementasi Program Gapura Digital Bagi UMKM Di Kota Medan. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, *2*(3), 367–374. https://doi.org/10.56799/peshum.v2i3.1232

Friska, N. L., Anisah, H. U., & Hidayatullah, M. (2024). Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan UMKM di Negara Berkembang. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, *2*(4).

Ginting, E. D., & Nur, S. H. (2024). Pengembangan Kapasitas Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Medan dalam Digitalisasi UMKM di Kota Medan. *SAJJANA:PublicAdministrationReview*, *02*(01), 1–12.

Godwin, G., Raihana, S., Junaedi, P., & Hardini, M. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin (ABDI Jurnal)*, *5*(2), 41–47.

Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital. *Jurnal Signal*, *11*(1), 104. https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213

Hendra, B., Pratama, S., Maghfiroh, S., Sifa, A., Rohmah, K. N., No, J. A. Y., Utara, K. P., & Tengah, J. (2024). Peran Pemerintah dan Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan dalam Pemberdayaan UMKM Go Digital di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, *3*(4), 382–401.

Hidayat, I., Qurotulaini, D. L., Safitri, N. A., & Novitasari, R. (2024). Transformasi Digital Pada UMKM di Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan dan Peluang Pada Akses Pembiayaan. *JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *1*(10).

Indriyani, I., Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E-Commerce. *INFORMATICS FOR EDUCATORS AND PROFESSIONAL : Journal of Informatics*, *9*(1), 23. https://doi.org/10.51211/itbi.v9i1.2760

Lubis, F. A. S., & Very, J. (2024). Systhematic Literature Review Peranan Digital Bagi Usaha Usaha Mikro dan Menengah (UMKM). *Jurnal EK&BI*, *7*(1), 508–514. https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1446

Mokodaser, A. B., Maramis, M., & Tooy, C. (2022). Dampak Digitalisasi Perdagangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dari Offline Menjadi Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Lex Privatum*, *10*(4), 1–14.

Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 815–821. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823

Prokopim Pemko Medan. (2022, December 6). Pemko Medan & Paper.id Kerjasama Dukung Peningkatan Digitalisasi UMKM. *Portal.Medan.Go.Id*.

Saputri, A. D., Siregar, L. E., Zebua, E. B. D., Nst, H. T., Damanik, D. A. B., Ridwan, P. K., & Robain, W. (2025). Pengaruh Digitalisasi Pemasaran dan Peran Sistem Pembayaran Digital Terhadap Revitalisasi UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, *2*(1).

Sholihin, U. (2024). Meningkatkan daya saing pasar UMKM melalui transformasi digital. *Digital Bisnis*, *3*(2), 100–114. https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512

Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *4*(1), 189–198. https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299

Uly Mabruroh Halida, & Wilantini, C. (2023). *Peran Digitalisasi dalam Memperluas Akses Pasar UMKM*. IAIN Madura Press.

Zaini, R. (2024). Efektivitas Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi di Era Industri 4 . 0. *Jurnal Pro Ekonomi*, *01*(1), 26–33.