

# SINERGI STRATEGI DIGITALISASI DAN DUKUNGAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEBERLANJUTAN UMKM KULINER DI KOTA MEDAN

Annisa Rahmah Herlin<sup>1</sup>, Nurdyanti Choirunnisa Pane<sup>2</sup>, Era Rahmadani Damanik<sup>3</sup>, Fitri Hayati<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[annisaazza175@gmail.com](mailto:annisaazza175@gmail.com)<sup>1</sup>, [choirunnisapane22@gmail.com](mailto:choirunnisapane22@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[erarahmadanidamanik@gmail.com](mailto:erarahmadanidamanik@gmail.com)<sup>3</sup>, [fitrihayati@uinsu.ac.id](mailto:fitrihayati@uinsu.ac.id)<sup>4</sup>

## Abstrak

Penelitian ini mengkaji hubungan antara penerapan strategi digitalisasi dan peran lembaga keuangan mikro (LKM) dalam menjaga keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor kuliner di Kota Medan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui studi literatur dengan memanfaatkan berbagai sumber data sekunder yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing UMKM kuliner. Di sisi lain, LKM berkontribusi melalui penyediaan akses pembiayaan, pendampingan usaha, serta peningkatan literasi keuangan bagi pelaku UMKM. Sinergi antara digitalisasi dan dukungan LKM dapat memperkuat keberlanjutan usaha melalui peningkatan pendapatan, inovasi produk, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Namun, masih terdapat kendala pada aspek literasi digital dan keuangan yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, LKM, dan pelaku UMKM sangat penting dalam mendorong transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan pada sektor kuliner di Kota Medan.

**Kata kunci:** *Digitalisasi, Lembaga Keuangan Mikro, Keberlanjutan Usaha, UMKM Kuliner, Kota Medan*

## Abstract

This study examines the relationship between the implementation of digitalization strategies and the role of microfinance institutions (MFIs) in maintaining the sustainability of culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Medan City. The method used is descriptive qualitative through a literature study utilizing various relevant secondary data sources. The results indicate that digitalization plays a crucial role in improving operational efficiency, expanding market reach, and strengthening the competitiveness of culinary MSMEs. On the other hand, MFIs contribute through providing financing access, business mentoring, and improving the financial literacy of MSME actors. The synergy between digitalization and MFI support can strengthen business sustainability through increased revenue, product innovation, and adaptability to market changes. However, challenges remain in aspects of digital

and financial literacy that require further attention. Therefore, collaboration between the government, MFIs, and MSME actors is essential to drive inclusive and sustainable digital transformation in the culinary sector of Medan City.

**Kata kunci:** *Digitalization, Microfinance Institutions, Business Sustainability, Culinary MSMEs, Medan City*

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen utama dalam perekonomian Indonesia karena kontribusinya yang signifikan terhadap produk domestik bruto serta penyerapan tenaga kerja. Di Kota Medan, sektor UMKM kuliner berkembang cukup pesat dan berperan penting dalam mendukung perekonomian lokal. Namun demikian, keberlangsungan UMKM kuliner masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya terkait keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dan akses pembiayaan.

Rendahnya tingkat adopsi teknologi digital menjadi salah satu kendala utama bagi pelaku UMKM kuliner. Padahal, pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pembiayaan formal juga menjadi permasalahan serius yang menghambat pertumbuhan usaha. Banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan memperoleh modal akibat minimnya jaminan dan pencatatan keuangan.

Dalam konteks tersebut, lembaga keuangan mikro (LKM) hadir sebagai solusi alternatif pembiayaan yang lebih inklusif. Selain menyediakan akses modal, LKM juga berperan dalam memberikan pendampingan dan edukasi keuangan. Sinergi antara digitalisasi dan dukungan LKM diyakini mampu meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Medan.

Lembaga keuangan mikro (LKM) memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan bagi usaha kecil menengah (UKM). Selain menjadi pemberi akses modal, LKM juga bisa menjadi mitra strategis dalam memberikan pelatihan, bimbingan, dan edukasi keuangan kepada pelaku usaha kecil. Namun, sampai saat ini, masih perlu diteliti lebih lanjut efektivitas peran LKM, terutama dalam hubungannya dengan upaya digitalisasi usaha. Dianggap bahwa penggabungan antara strategi digitalisasi dan dukungan dari LKM dapat menciptakan efek positif bagi kelangsungan hidup UKM kuliner, melalui peningkatan akses ke pasar, penghematan operasional, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara teoritis bagaimana strategi digitalisasi dan dukungan dari LKM saling melengkapi dalam mendorong kelangsungan UMKM kuliner di Kota Medan. Diharapkan penelitian ini bisa memberikan sumbangan dalam memperkaya pemahaman akademis tentang manajemen dan pembiayaan UKM, serta menjadi panduan nyata bagi pelaku usaha, lembaga keuangan, dan pihak terkait dalam merancang strategi yang bertujuan meningkatkan daya saing dan kelangsungan sektor UMKM kuliner.

## 2. Kajian Pustaka

### A. Konsep UMKM Kuliner di Indonesia

UMKM kuliner memiliki karakteristik usaha berskala kecil yang umumnya mengandalkan bahan baku lokal dan cita rasa khas daerah. Keunikan tersebut menjadi keunggulan kompetitif, namun juga menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan perkembangan teknologi.

Digitalisasi dalam UMKM mencakup pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, sistem pembayaran digital, serta aplikasi manajemen usaha. Penerapan strategi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan konsumen, dan meningkatkan pendapatan usaha. Namun, keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya literasi digital masih menjadi hambatan dalam proses implementasinya.

Lembaga keuangan mikro berperan penting dalam menyediakan layanan pembiayaan yang mudah diakses oleh UMKM. Selain pembiayaan, LKM juga memberikan pelatihan, pendampingan, dan edukasi keuangan yang membantu pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih berkelanjutan.

Keberlanjutan usaha mengacu pada kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penerapan prinsip keberlanjutan memungkinkan UMKM kuliner untuk menciptakan nilai tambah tidak hanya dari sisi keuntungan, tetapi juga dari kontribusi sosial dan lingkungan.

### B. Strategi Digitalisasi UMKM

Digitalisasi merupakan salah satu faktor penting dalam memperkuat kemampuan bersaing usaha kecil dan menengah, terutama dalam bidang kuliner. Penelitian yang dilakukan oleh Anandhi Bharadwaj (2013) menjelaskan bahwa digitalisasi bisa diartikan sebagai penerapan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis, yang mengubah cara kerja serta memberikan nilai tambah bagi para pelanggan. Teori mengenai transformasi digital menunjukkan bahwa perubahan ini

tidak hanya mencakup penggunaan teknologi, tetapi juga melibatkan pergeseran budaya organisasi dan pola pikir. Dalam konteks usaha kecil dan menengah di bidang kuliner, digitalisasi memberikan peluang bagi para pengusaha untuk menarik lebih banyak pelanggan serta meningkatkan efisiensi dalam operasional bisnis mereka.

Salah satu strategi digitalisasi yang sering digunakan oleh usaha kuliner adalah pemanfaatan digital marketing. Contohnya, penelitian di Kota Medan menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing oleh usaha kuliner berbasis syariah dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan. Studi pengabdian masyarakat di Medan juga membuktikan bahwa pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan dasar berhasil meningkatkan daya saing usaha kuliner.

Selain itu, di berbagai wilayah di Indonesia, penelitian menemukan bahwa sebagian besar usaha kuliner masih bergantung pada pemasaran tradisional dan belum optimal menggunakan media sosial serta platform digital secara luas. Sebagai contoh yang nyata, penelitian oleh Syahril Daud dan timnya (2025) terhadap usaha kuliner di Bandar Lampung menunjukkan bahwa penerapan digital marketing melalui media sosial dan e-commerce memberikan dampak positif terhadap omzet usaha.

Selain pemasaran digital, penerapan sistem pembayaran digital (e-payment) juga menjadi bagian penting dalam strategi digitalisasi. Dengan sistem pembayaran digital, usaha kuliner dapat memberikan kemudahan transaksi kepada pelanggan, mempercepat layanan, serta meningkatkan kenyamanan pengalaman berbelanja. Penelitian menunjukkan bahwa adopsi aplikasi kasir pintar atau teknologi pembayaran lainnya telah meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen keuangan pada usaha kuliner. Platform digital juga memberikan peluang bagi UMKM kuliner untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan bergabung di platform e-commerce atau layanan pengantaran makanan, UMKM dapat menjual produk mereka tidak hanya di lingkungan lokal tetapi juga ke konsumen di luar daerah seperti yang diteliti dalam studi transformasi digital UMKM kuliner di Jakarta Timur.

Namun, tantangan tetap ada dalam proses digitalisasi ini. Banyak pelaku UMKM kuliner mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi, kurangnya pelatihan, dan sumber daya manusia yang belum siap mengimplementasikan strategi digital secara efektif. Misalnya, sebuah penelitian menyebut bahwa kurang dari 25% UMKM kuliner di Medan telah memanfaatkan pemasaran digital secara optimal.

Oleh karena itu, diperlukan dukungan baik dari lembaga keuangan mikro maupun pemerintah untuk menyediakan pelatihan dan akses teknologi yang tepat. Dengan demikian, UMKM kuliner di Kota Medan dapat memanfaatkan peluang digital tersebut dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

### **C. Peran Lembaga Keuangan Mikro (LKM)**

Digitalisasi menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama di bidang kuliner. Dalam hal dana dan bantuan dari organisasi, LKM memainkan peran penting dalam menciptakan akses keuangan yang inklusif serta mendorong pengembangan masyarakat, khususnya UMKM yang sering tidak mendapat perhatian dari bank konvensional. Sebagai lembaga yang lebih mudah dijangkau di tingkat komunitas, LKM bisa menjadi jembatan bagi UMKM untuk mendapatkan dana guna berkembang. Contohnya, penelitian menunjukkan bahwa LKM syariah memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan dana UMKM di daerah Kota dan Kabupaten Bogor. Selain itu, LKM juga memberikan pelatihan dan bimbingan bagi UMKM.

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa selain memberikan dana, LKM juga menyediakan layanan seperti pemahaman keuangan, tabungan kecil, serta pelatihan usaha yang bisa meningkatkan kemampuan pengelolaan bisnis UMKM. Dengan begitu, bantuan uang dan non-uang dari LKM ternyata sangat membantu dalam menjaga kelangsungan usaha mikro.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pembiayaan melalui lembaga yang lebih fleksibel bisa memperkuat kinerja UMKM. Misalnya, penelitian di Kabupaten Flores menyebutkan bahwa LKM dianggap mampu membantu menyelesaikan masalah modal yang menghambat pertumbuhan UMKM dan mengurangi pengangguran.

Namun, LKM masih menghadapi tantangan dalam mendukung UMKM. Banyak lembaga mengalami keterbatasan di bidang SDM, pengelolaan, dan prosedur yang belum cukup sederhana bagi pemilik usaha kecil. Sebuah penelitian menyebutkan bahwa penghalang terbesar LKM adalah aspek kemampuan pengelola dan kelangsungan operasional. Oleh karena itu, penguatan LKM secara terstruktur dan berkelanjutan sangat penting agar UMKM bisa memanfaatkan layanan mereka secara maksimal. Di kota seperti Medan, kerja sama antara LKM dan UMKM kuliner menjadi sangat strategis. Dengan bantuan dana yang mudah didapat, ditambah pelatihan digital, pemasaran online, dan manajemen keuangan yang lebih baik, UMKM kuliner di Medan punya peluang tumbuh dan bersaing. Agar kerja sama ini berhasil, LKM perlu meningkatkan kemampuan internalnya sekaligus bekerja sama dengan pemerintah dan pihak digital agar layanan yang diberikan bisa mendukung inovasi dan perubahan usaha.

#### **D. Keberlanjutan Usaha (*Business Sustainability*)**

Keberlanjutan bisnis mengandung tiga hal utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konsep ini diusulkan oleh John Elkington pada tahun 1997 dengan nama "triple bottom line" atau TBL. Dalam konsep ini, perusahaan bukan hanya memikirkan

keuntungan saja, tetapi juga mementingkan kesejahteraan masyarakat serta perlindungan lingkungan. Di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya di sektor kuliner, pendekatan keberlanjutan sangat penting. Hal ini karena usaha kecil perlu bisa bertahan di tengah perubahan pasar yang cepat dan kondisi eksternal yang sering berubah-ubah.

Dari segi ekonomi, UMKM di bidang kuliner yang menerapkan prinsip keberlanjutan biasanya lebih efisien dalam menggunakan sumber daya dan mengelola operasionalnya.

Contohnya, penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan TBL bisa meningkatkan daya saing sekaligus mempertahankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Contoh praktiknya seperti menggunakan bahan baku lokal dan mengelola limbah secara baik. Hal ini tidak hanya membantu menurunkan emisi karbon dan biaya pengtransportasi, tetapi juga mendorong perekonomian lokal. Dengan cara ini, usaha tersebut memiliki nilai tambah yang lebih, tidak hanya sekadar mengejar keuntungan. Aspek social dalam keberlanjutan bisnis juga memiliki peranan yang signifikan. UMKM yang peduli terhadap kesejahteraan karyawan, mendukung komunitas di sekitarnya, dan membangun hubungan yang baik dengan lingkungan sosial mereka biasanya mendapatkan loyalitas konsumen yang lebih tinggi serta citra yang lebih positif. Salah satu penelitian menunjukkan bahwa modal sosial yang kuat, yang terdiri dari jaringan, kepercayaan, dan norma bersama, mendukung implementasi triple bottom line dalam UMKM dan oleh karena itu meningkatkan peluang keberlanjutan bisnis operasional mereka terhadap dunia. Misalnya, penggunaan kemasan yang ramah lingkungan, pengurangan sampah, serta peningkatan penggunaan energi secara efisien. Penelitian pada UMKM sektor makanan di Kota Padang menunjukkan bahwa aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan memiliki dampak yang berarti terhadap adopsi praktik manajemen sumber daya manusia yang berkelanjutan (Green HRM) dalam konteks TBL. Dengan demikian, keberlanjutan lingkungan tidak hanya merupakan tanggung jawab etis tetapi juga merupakan pendekatan bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip keberlanjutan dalam struktur bisnis UMKM di sektor kuliner bisa menguatkan usaha tidak hanya dalam aspek keuntungan jangka pendek, tetapi juga dalam hal kesinambungan, tanggung jawab sosial, dan perlindungan lingkungan. Oleh karena itu, UMKM kuliner di daerah seperti Kota Medan memiliki kesempatan untuk mendukung perkembangan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## **E. Sinergi Digitalisasi dan LKM terhadap Keberlanjutan**

Digitalisasi dan keberlangsungan usaha merupakan faktor mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang penting dalam peningkatan daya saing di Indonesia. Di sektor kuliner Kota Medan, penggunaan teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang bagi pengusaha untuk memperlebar akses pasar serta meningkatkan nilai produk.. Handayani (2023) berpendapat bahwa digitalisasi memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk menyatu dengan teknologi informasi di setiap aspek bisnis mereka, mulai dari promosi, transaksi, hingga pengelolaan keuangan—yang mengarah pada peningkatan kecepatan layanan, keterbukaan, dan interaksi dengan pelanggan.

Penggunaan teknologi e-commerce, platform mediasosial, serta metode pembayaran digital telah terbukti memperluas basis konsumen dan memperkuat ketahanan usaha, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mempercepat perubahan perilaku konsumen menuju transaksi online.

Di sisi lain, Lembaga Keuangan Mikro (LKM) berperan strategis dalam mendukung proses digitalisasi tersebut. LKM bukan hanya penyedia pembiayaan, tetapi juga mitra pemberdayaan yang mampu memberikan pelatihan dan literasi keuangan kepada pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perubahan ekonomi digital. Santoso et al. (2025) menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak dapat dipisahkan dari ketersediaan dukungan finansial dan non-finansial yang memadai. Di Medan, beberapa LKM telah menginisiasi program pembiayaan berbasis digital yang mempermudah pelaku usaha kuliner dalam mengakses modal tanpa harus melalui proses birokratis yang panjang. Melalui pendekatan ini, LKM berperan sebagai fasilitator yang menjembatani kebutuhan modal dan teknologi, sekaligus meningkatkan literasi keuangan digital pelaku usaha.

Sinergi antara digitalisasi dan dukungan lembaga keuangan mikro memberikan dampak nyata terhadap keberlanjutan UMKM kuliner. Digitalisasi meningkatkan efisiensi dan pemasaran, sementara LKM menyediakan fondasi finansial dan pendampingan untuk memperkuat kapasitas manajerial. Kombinasi keduanya menciptakan ekosistem usaha yang lebih tangguh, inovatif, dan inklusif. Misalnya, pelaku usaha kuliner yang mengintegrasikan sistem pembayaran digital dengan dukungan pembiayaan mikro terbukti mampu meningkatkan volume transaksi dan loyalitas pelanggan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya persoalan teknologi, melainkan juga hasil dari kolaborasi lintas lembaga yang memahami karakteristik sosial-ekonomi lokal.

Dalam jangka panjang, sinergi tersebut dapat mempercepat terwujudnya keberlanjutan ekonomi di tingkat lokal. Digitalisasi memberikan efisiensi dan daya saing, sedangkan dukungan LKM memastikan keberlangsungan usaha melalui pembiayaan inklusif dan penguatan kapasitas. Oleh karena itu, penguatan kolaborasi

antara pelaku UMKM kuliner, lembaga keuangan mikro, dan pemerintah daerah menjadi langkah strategis untuk mewujudkan perekonomian daerah yang adaptif, berdaya saing, dan berkelanjutan di era digital.

### 3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif berupa studi literatur yang bertujuan untuk memahami secara mendalam hubungan antara strategi digitalisasi dan bantuan dari lembaga keuangan mikro dalam mendukung kelangsungan UMKM kuliner di Kota Medan. Pendekatan ini dipilih karena bisa mengungkap makna, pengalaman, serta fenomena yang terjadi secara nyata dalam konteks pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di lingkungan yang selalu berubah dan menghadapi berbagai tantangan. Menurut John W. Creswell (2014), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi perspektif individu atau kelompok serta memahami makna yang mereka berikan terhadap suatu permasalahan sosial.

Pada penelitian ini, fokus utamanya adalah bagaimana proses digitalisasi, seperti penggunaan platform daring, media sosial, dan teknologi informasi, dapat membantu UMKM kuliner dalam meningkatkan daya saing dan mengakses pasar.

Selain itu, dukungan dari lembaga keuangan mikro dalam bentuk pembiayaan, pelatihan, serta bimbingan juga menjadi bagian yang penting dan akan dianalisis. Penelitian sebelumnya di Indonesia menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif deskriptif sangat cocok untuk studi UMKM karena mampu memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai kondisi dan dinamika para pelaku usaha.

Dengan demikian, melalui metode studi literatur kualitatif deskriptif ini, penelitian akan menghasilkan analisis konseptual dan temuan dari literatur yang bertujuan membangun pemahaman yang lebih luas mengenai sinergi antara digitalisasi dan dukungan lembaga keuangan mikro dalam mendukung kelangsungan UMKM kuliner di Kota Medan.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### A. Tren Digitalisasi pada UMKM Kuliner

Digitalisasi telah menjadi tren yang tidak dapat dihindari di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam sektor kuliner. Di Medan, kecenderungan ini semakin berkembang seiring dengan tingkat penggunaan internet yang mencapai 75,3% dari jumlah penduduk pada tahun 2022 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Dengan kehadiran platform digital

seperti media sosial dan aplikasi pengiriman makanan, UMKM kuliner di Medan semakin mudah dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas. Contohnya, banyak restoran lokal yang menggunakan Instagram dan Facebook untuk memasarkan menu mereka, yang terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru.

Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Utara, sekitar 60% usaha kecil menengah (UKM) kuliner di Medan sudah menggunakan teknologi digital dalam operasional mereka. Hal ini menunjukkan bahwa para pemilik usaha mulai menyadari pentingnya kehadiran di dunia maya untuk meningkatkan visibilitas dan memperkuat daya saing. Selain itu, dengan digitalisasi, para pengusaha juga dapat menganalisis data pelanggan sehingga mereka dapat memahami preferensi konsumen dan menyesuaikan produk yang mereka tawarkan.

Meski demikian, UMKM di bidang kuliner masih menghadapi berbagai hambatan dalam beralih ke dunia digital. Banyak pengusaha belum memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana memanfaatkan teknologi. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, diketahui hanya 45% pelaku UMKM di Medan yang merasa percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk menjalankan bisnis mereka (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Ini menunjukkan bahwa diperlukan program pelatihan dan bimbingan bagi para pelaku UMKM agar mereka dapat memanfaatkan digitalisasi secara efektif.

## **B. Kontribusi LKM terhadap Akses Pembiayaan UMKM**

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memiliki andil besar dalam menyediakan akses pembiayaan untuk UMKM, khususnya di sektor kuliner yang kerap kali mengalami tantangan dalam memperoleh dana. Di Kota Medan, lembaga seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT) serta koperasi simpan pinjam telah menawarkan pilihan pembiayaan yang lebih praktis dan cepat dibandingkan lembaga perbankan tradisional. Berdasarkan informasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, total penyaluran kredit oleh LKM di Sumatera Utara mencapai Rp500 miliar, dengan kontribusi terbesar berasal dari sektor UMKM kuliner.

LKM menyediakan berbagai jenis pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM. Contohnya, LKM sering memberikan pinjaman tanpa agunan dengan tingkat bunga yang lebih rendah, sehingga lebih mudah dijangkau oleh para pengusaha kecil. Hal ini sangat penting, terutama bagi pelaku usaha kuliner yang biasanya tidak memiliki aset yang cukup untuk menjadi jaminan. Menurut sebuah studi oleh Universitas Sumatera Utara, sekitar 70% pelaku UMKM kuliner di Medan mengandalkan LKM sebagai sumber utama dana mereka (Universitas Sumatera Utara, 2022).

Meskipun LKM memberikan akses pembiayaan yang lebih mudah, masih ada tantangan terkait pemahaman tentang keuangan. Banyak pelaku UMKM tidak memahami syarat dan ketentuan saat mengajukan pinjaman, sehingga cenderung terjebak dalam utang yang tidak terkelola. Oleh karena itu, penting bagi LKM untuk memberikan pendidikan keuangan agar para pelaku usaha dapat menggunakan pembiayaan dengan lebih bijak.

### **C. Hubungan Digitalisasi LKM Keberlanjutan**

Hubungan antara digitalisasi, LKM, dan keberlanjutan UMKM kuliner di Medan sangat erat. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing, sementara LKM menyediakan akses keuangan yang diperlukan untuk mendukung transformasi digital tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital dengan dukungan pembiayaan dari LKM cenderung lebih mampu bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Sebuah studi oleh Lembaga Penelitian Ekonomi dan Masyarakat Universitas Sumatera Utara menunjukkan bahwa 80% pelaku UMKM kuliner yang menggunakan layanan digital dan mendapatkan pembiayaan dari LKM mengalami peningkatan pendapatan dan jumlah pelanggan (LPEM USU, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sinergi antara digitalisasi dan dukungan finansial dari LKM dapat menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha.

Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal integrasi teknologi dan pemahaman tentang produk keuangan. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami manfaat dari digitalisasi dan cara memanfaatkan produk LKM secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan program-program pelatihan yang mengedukasi pelaku UMKM tentang pentingnya digitalisasi dan cara mengakses pembiayaan dengan bijak.

Dampak sinergi antara digitalisasi dan LKM terhadap efisiensi, inovasi, dan daya tahan bisnis kuliner sangat signifikan. Pelaku UMKM yang mengadopsi teknologi digital dan memanfaatkan pembiayaan dari LKM tidak hanya mampu bertahan di tengah tantangan ekonomi, tetapi juga berinovasi dalam produk dan layanan mereka.

### **D. Analisis Kesenjangan (Gap Analysis)**

Meskipun terdapat kemajuan dalam digitalisasi dan dukungan dari LKM, masih ada beberapa aspek yang belum banyak diteliti dalam konteks UMKM kuliner di Medan. Salah satu kesenjangan utama adalah kurangnya penelitian yang mendalam mengenai dampak jangka panjang dari digitalisasi terhadap keberlanjutan UMKM. Sebagian besar studi yang ada lebih fokus pada adopsi teknologi dan akses

pembiayaan, sementara dampak terhadap pertumbuhan dan daya saing usaha masih minim dieksplorasi.

Selain itu, penelitian tentang perbedaan pengaruh digitalisasi dan LKM terhadap UMKM kuliner berdasarkan ukuran usaha dan jenis produk juga masih terbatas. Setiap jenis usaha mungkin memiliki kebutuhan dan tantangan yang berbeda dalam mengadopsi teknologi dan mendapatkan pembiayaan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dinamika ini dan memberikan rekomendasi yang lebih spesifik bagi pelaku UMKM.

Kesenjangan lain yang perlu diperhatikan adalah literasi digital dan keuangan di kalangan pelaku UMKM. Meskipun banyak program pelatihan yang telah dilakukan, efektivitasnya masih perlu dievaluasi. Penelitian yang lebih mendalam tentang metode pelatihan yang paling efektif dan bagaimana cara meningkatkan partisipasi pelaku UMKM dalam program-program tersebut sangat penting untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Terakhir, penting untuk mengeksplorasi peran pemerintah dan lembaga lainnya dalam mendukung sinergi antara digitalisasi dan LKM. Penelitian tentang kebijakan yang dapat mendorong kolaborasi antara sektor publik dan swasta dalam mendukung UMKM kuliner di Medan juga perlu dilakukan.

Dengan mengidentifikasi dan mengatasi kesenjangan ini, diharapkan dapat tercipta strategi yang lebih efektif untuk mendukung keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Medan.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa sinergi antara strategi digitalisasi dan dukungan lembaga keuangan mikro (LKM) berperan penting dalam memperkuat keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Medan. Digitalisasi membantu pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan pemasaran, serta memahami perilaku konsumen melalui pemanfaatan teknologi. Sementara itu, LKM berkontribusi melalui penyediaan pembiayaan yang mudah diakses, pelatihan manajemen keuangan, serta pendampingan usaha yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi lokal.

Ketika kedua elemen ini berjalan secara sinergis, UMKM kuliner mampu menciptakan model bisnis yang lebih tangguh, adaptif, dan berkelanjutan. Sinergi ini juga mendukung pencapaian pembangunan ekonomi daerah yang inklusif, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat daya saing sektor kuliner Medan di era digital.

## Saran

### 1) Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan penelitian empiris di lapangan guna mengukur secara kuantitatif pengaruh digitalisasi dan dukungan LKM terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Medan. Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode survei atau studi kasus untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas sinergi tersebut.

### 2) Bagi Pemerintah dan Lembaga Keuangan Mikro:

Perlu memperluas program literasi digital dan keuangan bagi pelaku UMKM kuliner, khususnya yang belum memiliki kemampuan teknologi dan akses permodalan. Pemerintah daerah dan LKM juga diharapkan mengembangkan produk pembiayaan mikro digital yang fleksibel, transparan, serta berbasis teknologi agar mampu menjangkau lebih banyak pelaku usaha kecil secara efisien.

## 5. Daftar Pustaka

- Anggraeni, D., & Herlinawati, E. (2023). Analisis model pembiayaan UMKM melalui peran lembaga keuangan mikro. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 45-60. <https://ejournal.upi.edu/index.php/image/article/view/23117>
- Angreny, W. R. S., Sumekar, W., & Prasetyo, A. S. (2022). Keberlanjutan UMKM berdasarkan modal sosial dan triple bottom line. *Jurnal Agribest*, 6(1), 64–75. <https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/AGRIBEST/article/view/6274>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Statistik internet Indonesia 2022*. APJII.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. (2022). *Data UMKM Sumatera Utara 2022*. BPS Provinsi Sumatera Utara.
- Bharadwaj, A. (2013). Digital business strategy: Toward a new theory of the firm. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.2.09>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dari, W. (2024). Praktik bisnis berkelanjutan UMKM Rumah BUMN Yogyakarta berdasarkan triple bottom line. *Jurnal Atma Sosiologika*, 1(1), 59–86. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jas/article/view/8673>
- Daud, S., Maxentia, C., Paolo, C. C., & Tanuhardja, F. (2025). Strategi pemasaran dalam penerapan digital marketing pada kewirausahaan UMKM kuliner: Studi kasus pada “Bakso dan Mie Ayam Mami Inung” di Rajabasa, Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 9(1), 223–229. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i1.3485>

- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.). *Manfaatkan fasilitas, UMKM naik kelas*. Pajak.go.id. Diakses 1 Januari 2025, dari <https://pajak.go.id/id/artikel/manfaatkan-fasilitas-umkm-naik-kelas>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 12–22. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/8213>
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Sugiarto, E. (2022). Industri kreatif UMKM di Kota Medan dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1991–1997. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5796>
- Insandi, A. M., & Gulo, A. (2025). Peran lembaga keuangan mikro dalam mendukung kewirausahaan: Studi literatur. *Jurnal Pengembangan Usaha dan Kewirausahaan (JPUK)*, 1(1), 15–30. <https://ejournal.ibk.ac.id/index.php/jpuk/article/view/12>
- Islamiati, I., Qurrotul' Aini, S., Anisah, A., & Asman, N. (2025). Peran digitalisasi dalam pemberdayaan ekonomi UMKM melalui aplikasi kasir pintar. *JP2M – Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 120–135. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i2.23678>
- Kementerian Ekonomi. (n.d.). *Sektor UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia: Kontribusi >60% terhadap PDB dan serapan 97% tenaga kerja*. Diakses 1 Januari 2025, dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Survei koperasi dan UMKM 2021*. Kemenkop UKM RI.
- Khalik, M. H., & Nugroho, B. A. (2022). Pengembangan UMKM kuliner di era digitalisasi sebagai upaya peningkatan ekonomi kreatif. *Ruhui Rahayu: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 111–116. <https://doi.org/10.30872/ruhuirahayu.v1i2.47>
- Kristia, K. (2019). Model bisnis triple bottom line pasar komunitas makanan sehat dan pengembangannya dalam mewujudkan rantai pasok pangan berkelanjutan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 139–153. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/3301>
- Lembaga Penelitian Ekonomi dan Masyarakat Universitas Sumatera Utara. (2022). *Dampak digitalisasi dan LKM pada UMKM kuliner di Kota Medan*. LPEM USU.

- Liputan6.com. (2023, 28 Oktober). *Kontribusi UMKM ke PDB Indonesia tembus Rp9.580 triliun.* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5665709/kontribusi-umkm-ke-pdb-indonesia-tembus-rp-9580-triliun>
- Lubis, P. S. A., & Imsar, I. (2024). Peran lembaga keuangan mikro (LKM) dalam upaya pengembangan usaha kecil dan mikro. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(1), 278–284. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i1.2066>
- MAMEN (Jurnal Manajemen). (2025). Strategi peningkatan daya saing UMKM kuliner di era digital: Studi kasus pada pelaku usaha di Kota Semarang. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 4(2), 150-165. <https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/5066>
- Nasution, S., & Silalahi, P. R. (2023). Peran digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM kuliner berbasis syariah di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 250-265. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.13785>
- Pakkanna, M. (2022). Kinerja kemandirian keuangan LKM berbasis perempuan: Studi wilayah pesisir Kabupaten Tangerang. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 89-102. <https://doi.org/10.32546/lq.v4i2.73>
- Paramita, M., & Zulkarnain, M. I. (2023). Peran lembaga keuangan mikro syariah terhadap pemenuhan kebutuhan permodalan UMKM. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 1-15. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1221>
- Rizkiani, P. E. (2024). Strategi digital marketing melalui Instagram untuk meningkatkan omzet penjualan UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital*, 5(1), 45-60. <https://doi.org/10.69533/h9d41c57>
- Santoso, G., Rasenda, M., Rizal, H., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *JUBISDigi: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 21–30. <https://ejournal.utmj.ac.id/jubisdigi/article/view/936>
- Sari, D. P., Winda Sari, V., Ekawati, Y. A., Akbar, A., & Syahrizal, M. (2025). Optimalisasi peningkatan daya saing UMKM kuliner Medan melalui digitalisasi pemasaran dan manajemen keuangan Kota Medan. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 45-55. <https://doi.org/10.47065/jpm.v6i1.2458>
- Sirine, H. (2024). *Strategi keberlanjutan UMKM: Implementasi triple bottom line*. Widina Media Utama.
- Sumiati, S., Anwar, S., & Zasmawati, Z. (2024). Green human resources management & triple bottom line pada UMKM kuliner Kota Padang. *Jurnal Menara Ekonomi*, 10(1), 12-25. <https://doi.org/10.31869/me.v10i1.5294>
- UKMIndonesia.id. (n.d.). *Data UMKM, jumlah dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia*. Diakses 1 Januari 2025, dari

- <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Wibowo, A., Yuliyanti, M. S., Suryani, F., Maghfiroh, W. A., Arianto, N., & Sudaryana, Y. (2023). Strategi pemasaran produk kuliner di era digital pada UMKM pasar tradisional dan pusat kuliner di Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 320-330. <https://doi.org/10.32493/abdilaksana.v6i2.48248>
- Wiratani. (2020). Kajian peran pemerintah terhadap pengembangan UMKM kuliner di Kab. Majene, Provinsi Sulawesi Barat. *Wiratani*, 3(2), 80-95. <https://doi.org/10.31292/jw.v3i2.65>
- Yulianto, R. (2021). Tanggung jawab sosial perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pemasaran*, 15(4), 101-112.