

Peran Manajemen Strategi dan Teknologi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kota Medan

**Endra Hertanto¹ M Chaerul Rizky² Dewi Nurmasari Pane³ Sofi Annisa⁴ Juliyanti⁵
Yohanna Sinurat⁶**

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi,
Medan, Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

Email: endrahertanto@gmail.com¹ mchaerulrizky@dosen.pancabudi.ac.id²
dewinurmasaripane@dosen.pancabudi.ac.id³ sofiannisa489@gmail.com⁴
juliyanti0179@gmail.com⁵ yohannamariaagustrianys@gmail.com⁶

Abstrak

Di tengah pesatnya penetrasi era digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memegang peranan krusial sebagai pilar stabilitas ekonomi Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Kendati potensinya besar, pelaku UMKM masih dihadapkan pada persoalan klasik berupa keterbatasan kapasitas manajemen sumber daya manusia serta rendahnya adaptasi teknologi digital. Oleh karena itu, penerapan manajemen strategis yang tepat dan efisien menjadi urgensi nyata demi memacu pertumbuhan pendapatan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kontribusi manajemen strategi dan teknologi informasi dalam mengoptimalkan performa UMKM di Kota Medan dengan menggunakan metode tinjauan pustaka sistematis. Melalui analisis komprehensif terhadap berbagai studi relevan dari rentang tahun 2020–2025, kajian ini membedah dinamika transformasi digital, fleksibilitas strategi, inovasi model bisnis, kompetensi SDM, hingga tata kelola keuangan berbasis teknologi. Hasil sintesis literatur menegaskan bahwa kombinasi antara adopsi teknologi informasi, eksekusi pemasaran digital, dan pembenahan kapabilitas SDM secara signifikan mendongkrak kinerja bisnis. Lebih lanjut, kelincahan strategis yang disokong oleh instrumen digital terbukti ampuh memperkokoh daya saing UMKM di pasar modern. Studi ini menyimpulkan bahwa sinkronisasi antara strategi bisnis yang adaptif dan pemanfaatan teknologi yang optimal merupakan formula utama bagi UMKM di Kota Medan untuk bertahan sekaligus berkembang di kancah kompetisi global. Temuan ini diharapkan dapat menjadi rujukan strategis bagi akademisi, praktisi bisnis, serta pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM berbasis digital.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Teknologi Informasi, Kinerja UMKM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 66 juta unit usaha dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Di Kota Medan sendiri, sektor UMKM menjadi salah satu penggerak utama ekonomi daerah, khususnya pada sektor kuliner, perdagangan, jasa, dan industri kreatif. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan akses modal, dan lemahnya kemampuan manajerial. Berikut pertumbuhan jumlah usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Medan.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Kota Medan Tahun 2018-2022

No.	Jenis Usaha	Jumlah Unit				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Usaha Mikro	1480	918	890	873	1590
2	Usaha Kecil	112	113	103	101	116
3	Usaha Menengan	72	41	40	11	11
		1.664	1.072	1.033	985	1.717

Sumber: Data Dinas Koperasi dan Umkm Kota Medan, 2025

Berdasarkan data di atas, perkembangan usaha mikro tumbuh paling tinggi di Kota Medan, sementara usaha kecil dan usaha menengah sangat sedikit. Pemerintah harus bekerja sama untuk menaikkan kelas pelaku dari usaha mikro ke usaha kecil dan dari usaha kecil ke usaha menengah. Hal ini hanya dapat dicapai dengan visi dan misi pemerintah yang serius untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Medan sebagai salah satu pusat ekonomi terbesar di Sumatera. UMKM berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi daerah, dan pengurangan kemiskinan. (Novitasari, 2022) menegaskan bahwa UMKM memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional di era digitalisasi, khususnya ketika didukung oleh kebijakan pemerintah yang tepat sasaran. Manajemen strategis menjadi salah satu pendekatan penting untuk menjawab tantangan tersebut. Melalui perencanaan jangka panjang, analisis kekuatan dan kelemahan internal, serta pengelolaan peluang dan ancaman eksternal, usaha mikro dapat merancang langkah-langkah taktis yang tepat sasaran. Namun kenyataannya, sebagian besar pelaku usaha mikro masih mengandalkan intuisi dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam era digital, manajemen strategis tidak hanya mencakup aspek produksi dan distribusi, tetapi juga mencakup strategi digital marketing, manajemen data pelanggan, serta pemanfaatan platform digital untuk kolaborasi dan inovasi. Menurut (Afrilia et al., 2025), usaha mikro yang mengintegrasikan elemen-elemen digital dalam strategi bisnis mereka mengalami peningkatan produktivitas hingga 40% dibandingkan dengan usaha yang masih konvensional.

Meskipun memiliki peran yang besar dalam perekonomian daerah, UMKM di Kota Medan masih menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain keterbatasan akses terhadap teknologi informasi, rendahnya kemampuan manajerial, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi bisnis yang mampu meningkatkan daya saing usaha. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan peluang yang ada secara optimal (Ramli & Hidayat, 2020). Selain itu, aspek permodalan juga menjadi tantangan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal karena berbagai persyaratan yang harus dipenuhi. Di sisi lain, kemampuan pengelolaan keuangan yang masih rendah menyebabkan sebagian UMKM belum memiliki pencatatan keuangan yang baik sehingga menghambat proses pengembangan usaha (Tarigan et al., n.d.). Perkembangan teknologi informasi dan transformasi digital memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja dan memperluas jangkauan pasar. Transformasi digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan yang harus dilakukan agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di tengah perkembangan ekonomi digital. Pemanfaatan teknologi dapat membantu pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran, transaksi, komunikasi dengan pelanggan, hingga pengelolaan usaha yang lebih efektif. Namun, proses transformasi digital juga memerlukan kemampuan adaptasi yang baik agar manfaat yang diperoleh dapat dirasakan secara optimal (Putri Sandrina Sitompul et al., 2025).

Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen yang semakin dekat dengan teknologi digital menuntut UMKM untuk mampu menyesuaikan strategi bisnis yang digunakan. Konsumen saat ini cenderung mencari informasi produk melalui internet, membandingkan berbagai pilihan secara daring, serta melakukan transaksi melalui platform digital. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengembangkan strategi yang mampu menyesuaikan kebutuhan pasar agar tetap relevan dan mampu mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang terus berkembang (Syakhrani & Engelbertus, 2024). Penerapan manajemen strategi menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut. Melalui manajemen

strategi, pelaku UMKM dapat merencanakan tujuan usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta menentukan langkah yang tepat untuk meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi yang didukung oleh strategi bisnis yang tepat dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi pemasaran digital, inovasi produk, serta pemanfaatan media sosial terbukti menjadi faktor penting dalam mendukung keberlangsungan dan perkembangan UMKM di era digital (Salsabila et al., 2025).

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan di mana konsumen melalui berbagai pertimbangan hingga akhirnya memutuskan apakah akan membeli suatu produk atau jasa atau tidak. Kerangka strategis ini mengintegrasikan penyelarasan aktivitas kerja, pemetaan elemen pendukung, optimalisasi anggaran, serta eksekusi taktik yang relevan demi merealisasikan target lembaga. Pada sektor UMKM khususnya industri kuliner lokal orientasi resiliensi bisnis tidak lagi sekadar berfokus pada pertahanan operasional jangka pendek, melainkan wajib bertumpu pada aspek pembaruan kreatif demi menjaga relevansi pasar, terutama dalam merespons preferensi konsumen generasi muda yang memiliki kedekatan tinggi dengan ekosistem digital (Zuriana et al., 2025). Berbagai penelitian terdahulu telah membahas pengaruh manajemen strategi maupun teknologi informasi terhadap kinerja UMKM. Namun, sebagian besar penelitian masih mengkaji kedua aspek tersebut secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran manajemen strategi dan teknologi informasi dalam meningkatkan kinerja UMKM di Kota Medan melalui pendekatan literature review sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, khususnya dalam hal strategi pemasaran. Salah satu bentuk inovasi dalam pemasaran yang kini berkembang pesat adalah penggunaan media sosial sebagai alat promosi, terutama Instagram. Instagram tidak hanya menjadi platform berbagi foto dan video, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana pemasaran yang efektif bagi pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun demikian, hasil penelitian juga mengungkapkan adanya beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM, seperti keterbatasan waktu dalam mengelola konten secara konsisten, kurangnya pemahaman teknis tentang fitur Instagram Ads, serta rendahnya kemampuan dalam melakukan analisis performa konten. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Instagram marketing memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan, efektivitasnya sangat bergantung pada pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola strategi digital tersebut. Pelaku UMKM yang secara konsisten mengunggah konten visual yang menarik dan interaktif terbukti memiliki jangkauan audiens yang lebih luas dan angka konversi yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak memanfaatkan Instagram secara optimal.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2. Ringkasan Literatur yang Dikaji

Penulis (Tahun)	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Metode	Relevansi
Novitasari (2022)	Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di era digitalisasi	UMKM berkontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja, terutama dengan dukungan pemerintah	Kualitatif-Deskriptif	Tinggi
Ramli & Hidayat (2020)	Sosialisasi adopsi TI oleh UMKM di Kecamatan Medan Deli	Sebagian besar UMKM belum optimal memanfaatkan TI;	Pengabdian Masyarakat	Sangat Tinggi

		sosialisasi meningkatkan kesadaran adopsi		
Hasin (2024)	Fleksibilitas strategi dan inovasi model bisnis terhadap kinerja UKM	Fleksibilitas strategi dan inovasi model bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja	Kuantitatif	Tinggi
Riawan et al. (2023)	Kelincahan strategi sebagai mediasi TI digital terhadap kinerja UMKM	Strategic agility memediasi pengaruh teknologi digital terhadap kinerja UMKM	Kuantitatif-SEM	Tinggi
Indriyani et al. (2023)	Strategi pemasaran, kompetensi SDM, pengelolaan keuangan, SIA terhadap kinerja UMKM	Keempat variabel berpengaruh simultan terhadap kinerja UMKM	Kuantitatif	Tinggi
Monica et al. (2024)	Pengetahuan sistem pembayaran digital terhadap kinerja keuangan UMKM	Pemahaman teknologi pembayaran digital meningkatkan kinerja keuangan UMKM	Kuantitatif	Tinggi
Dayat et al. (2024)	Peran TI dalam mendorong internasionalisasi UMKM	TI berperan krusial dalam memperluas pasar dan jaringan UMKM ke level internasional	Kualitatif	Tinggi
Sitompul et al. (2025)	Transformasi digital UMKM Indonesia: tantangan dan strategi adaptasi	UMKM membutuhkan strategi adaptasi terencana untuk menghadapi era ekonomi digital	Literatur Review	Sangat Tinggi
Safitri & Handoyo (2024)	Determinan kinerja bisnis UMKM	Kualitas SDM, manajemen strategi, dan akses teknologi menjadi determinan utama kinerja	Kuantitatif	Tinggi
Sugiri (2022)	Analisis strategi pemasaran UMKM Kabupaten Bekasi	Strategi pemasaran yang tepat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan	Kualitatif-Deskriptif	Sedang
Nazwa Azahra Salsabila	Pendorong strategis, teknologi, dan inovatif UMKM	Menyusun strategi bisnis yang efektif, memanfaatkan teknologi digital, dan menciptakan inovasi secara berkelanjutan	Kuantitatif	Tinggi
Khalida (2025)	Strategi UMKM dalam Kuliner Tradisional	Transformasi digital yang mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk mendorong UMKM untuk berinovasi, baik dari segi produk, layanan, maupun strategi pemasaran	Kuantitatif	Tinggi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan literatur review sistematis (systematic literature review) untuk mengkaji dan mensintesis temuan dari berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik manajemen strategi, teknologi informasi, dan kinerja UMKM, khususnya dalam konteks Kota Medan dan Indonesia secara umum. Sumber literatur diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah terindeks yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2025, mencakup berbagai bidang seperti manajemen bisnis, ekonomi, kewirausahaan, dan teknologi informasi. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel yang membahas UMKM di Indonesia, (2) variabel yang diteliti mencakup strategi bisnis, teknologi informasi, atau kinerja UMKM, (3) menggunakan metodologi penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, serta (4) diterbitkan dalam jurnal peer-reviewed. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahapan: pertama, identifikasi dan seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi; kedua, ekstraksi data dari setiap literatur yang mencakup variabel penelitian, metode, sampel, dan temuan

utama; ketiga, sintesis dan interpretasi temuan untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Manajemen Strategi dan Kinerja UMKM

Penelusuran terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa fleksibilitas strategi menjadi salah satu unsur yang paling menentukan kinerja UMKM. (Hasin, 2024) menemukan bahwa fleksibilitas pada level manajerial memungkinkan pelaku usaha membaca perubahan tren pasar lebih awal sekaligus menekan risiko kerugian. Temuan ini diperkuat oleh (Riawan et al., 2023), yang mengungkapkan bahwa kelincahan strategi berperan sebagai penghubung antara pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan kinerja UMKM. Di Kota Medan sendiri, (Ramli & Hidayat, 2020) mendapati bahwa UMKM di Kecamatan Medan Deli masih kesulitan menyusun strategi bisnis yang utuh, karena sebagian besar pelaku usaha lebih berfokus pada operasional harian ketimbang menyusun rencana jangka menengah dan panjang. Selanjutnya, (Tarigan et al., n.d.) menemukan bahwa strategi pemasaran yang tersusun secara terstruktur, mulai dari segmentasi pasar, penentuan target, hingga positioning produk, mampu mendongkrak daya saing UMKM secara signifikan, terutama bila dipadukan dengan pemanfaatan media digital. Pada UMKM kuliner tradisional, (Setiawan et al., 2021) menemukan bahwa inovasi produk, seperti pembaruan varian, perbaikan kualitas, dan pengemasan yang lebih menarik, menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan usaha.

Teknologi Informasi dan Kinerja UMKM

Pada aspek teknologi, (Zuriana et al., 2025) menemukan bahwa kemampuan pelaku UMKM memanfaatkan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu kinerja usaha, baik dari sisi efisiensi operasional, perluasan pasar, maupun kualitas pelayanan. Perkembangan teknologi yang didorong oleh revolusi industri 4.0 turut mempercepat perubahan pada berbagai lini kehidupan, termasuk cara UMKM menjalankan usahanya. (Zuriana et al., 2025) menemukan bahwa keterlibatan dan kesejahteraan sumber daya manusia turut mendorong produktivitas usaha secara berkelanjutan, sementara menekankan bahwa pelatihan dan peningkatan kompetensi menjadi syarat agar pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. (Dayat et al., 2024) menemukan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital mampu menjangkau pasar internasional, sesuatu yang sulit dicapai apabila masih mengandalkan cara-cara konvensional. Pada aspek keuangan (Ghouse et al., 2024) serta (Indriyani et al., 2023) menemukan bahwa pemahaman terhadap sistem pembayaran digital dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi memberikan kontribusi positif terhadap efisiensi transaksi dan keakuratan pencatatan keuangan UMKM. (Indriyani et al., 2023) juga mencatat bahwa proses transformasi digital UMKM masih terkendala oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan infrastruktur digital yang belum merata.

Pembahasan

Peran Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

Temuan-temuan di atas memperlihatkan bahwa manajemen strategi bukan sekadar pelengkap administratif, melainkan penentu arah bagi keberlangsungan UMKM. Kemampuan pelaku usaha menyesuaikan langkah bisnis secara dinamis menjadi krusial di tengah ketidakpastian pasar; ketika sebuah usaha memiliki kelenturan dalam operasionalnya, ia dapat lebih cepat mendeteksi pergeseran tren sekaligus memitigasi risiko kerugian (Hasin, 2024). Kondisi ini sejalan dengan pandangan (Riawan et al., 2023) yang menempatkan kelincahan strategi sebagai variabel yang menjembatani teknologi digital dengan peningkatan kinerja

usaha. Namun kenyataan di lapangan, khususnya di Kota Medan, belum sepenuhnya mencerminkan kondisi ideal tersebut. Rendahnya kemampuan sebagian pelaku UMKM Medan Deli dalam merancang perencanaan jangka menengah dan panjang, sebagaimana ditemukan (Ramli & Hidayat, 2020), pada akhirnya menghambat kemampuan adaptasi mereka terhadap perubahan pasar sekaligus membatasi potensi pertumbuhan usaha. Di sisi lain, keberhasilan strategi pemasaran yang terstruktur dan didukung pemanfaatan media digital menegaskan bahwa daya saing UMKM sangat bergantung pada ketepatan menyusun langkah pemasaran, bukan hanya pada seberapa besar produk yang dihasilkan (Tarigan et al., n.d.). Hal ini turut relevan bagi UMKM kuliner tradisional, di mana inovasi produk menjadi cara untuk tetap eksis di tengah pergeseran selera konsumen (Setiawan et al., 2021).

Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM

Bila dibaca secara keseluruhan, temuan mengenai teknologi informasi menegaskan bahwa kepemilikan teknologi saja tidak cukup untuk mendongkrak kinerja UMKM. (Zuriana et al., 2025) menunjukkan bahwa teknologi membuka peluang besar bagi efisiensi dan perluasan pasar, tetapi manfaat tersebut baru terasa apabila diiringi kesiapan pelaku usaha dalam mengelolanya. Poin ini diperkuat oleh temuan (Salsabila et al., 2025) dan (Zuriana et al., 2025), yang sama-sama menyoroti bahwa kualitas sumber daya manusia menjadi prasyarat agar adopsi teknologi benar-benar berdampak pada produktivitas usaha. Dengan kata lain, teknologi tanpa kompetensi yang memadai berisiko hanya menjadi investasi yang tidak dimanfaatkan secara optimal. Pada konteks yang lebih luas, keberhasilan (Dayat et al., 2024) mendokumentasikan UMKM yang mampu menembus pasar internasional lewat adopsi teknologi digital memperlihatkan potensi besar yang bisa diraih apabila hambatan-hambatan mendasar diatasi. Sayangnya, sebagaimana dicatat (Ramli & Hidayat, 2020) serta (Hutauruk et al., 2024), sebagian UMKM masih terkendala literasi digital yang rendah, keterbatasan modal untuk investasi teknologi, dan infrastruktur yang belum merata, sehingga manfaat teknologi belum bisa dirasakan secara menyeluruh oleh semua pelaku usaha.

Integrasi Manajemen Strategi dan Teknologi: Model Peningkatan Kinerja UMKM

Menggabungkan kedua temuan di atas, tampak jelas bahwa peningkatan kinerja UMKM secara optimal memerlukan integrasi antara manajemen strategi yang adaptif dan pemanfaatan teknologi informasi yang efektif. (Riawan et al., 2023) memodelkan hubungan ini melalui kerangka kelincuhan strategi, di mana teknologi digital berfungsi sebagai enabler yang memperkuat kapasitas strategis UMKM, bukan sekadar alat bantu operasional semata. (Salsabila et al., 2025) menambahkan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan pasar, kedekatan hubungan dengan pelanggan, pemanfaatan digital marketing, dan keberanian berinovasi produk perlu berjalan beriringan agar UMKM mampu memperkuat posisinya di pasar yang kian kompetitif. Pendekatan yang setengah-setengah, misalnya hanya mengejar adopsi teknologi tanpa membenahi strategi bisnis secara menyeluruh, pada akhirnya tidak akan membawa peningkatan kinerja yang bertahan lama (Safitri & Handoyo, 2024). Pemahaman ini sejalan dengan pandangan (Fajar Fadillah et al., 2022) bahwa kinerja usaha pada dasarnya mencerminkan sejauh mana usaha tersebut mampu bertahan dan berkembang dari waktu ke waktu, sehingga memantau kinerja menjadi cara bagi pelaku usaha untuk menilai apakah operasional yang dijalankan sudah cukup menghasilkan keuntungan bagi pengembangan usaha ke depan.

Implikasi bagi UMKM di Kota Medan

Temuan-temuan di atas membawa sejumlah implikasi yang cukup relevan bagi pengembangan UMKM di Kota Medan. (Ramli & Hidayat, 2020), yang meneliti langsung UMKM

di Kecamatan Medan Deli, menemukan bahwa sosialisasi dan pendampingan adopsi teknologi informasi secara langsung mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menangkap peluang pasar digital. Merujuk pada apa yang disampaikan (Novitasari, 2022), peran pemerintah daerah tidak bisa dianggap remeh dalam membangun ekosistem yang mendukung transformasi digital UMKM. Kebijakan yang memudahkan akses internet, menyediakan pelatihan digital, serta menyederhanakan perizinan usaha berbasis teknologi akan sangat membantu mempercepat proses tersebut di Kota Medan. (Putri Sandrina Sitompul et al., 2025) juga menawarkan sejumlah langkah adaptasi yang bisa dipertimbangkan, di antaranya memperkuat kapasitas digital pelaku usaha melalui pelatihan yang berkelanjutan, membentuk komunitas UMKM digital sebagai ruang berbagi pengalaman, dan mengembangkan platform agregasi UMKM lokal yang memudahkan akses pasar, permodalan, sekaligus teknologi dalam satu wadah yang terpadu.

KESIMPULAN

Kajian literatur review ini menyimpulkan bahwa manajemen strategi dan teknologi informasi memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM, termasuk di Kota Medan. Beberapa kesimpulan utama yang dapat ditarik sebagai berikut:

1. Fleksibilitas strategi, inovasi model bisnis, dan strategi pemasaran digital merupakan dimensi manajemen strategi yang paling berpengaruh terhadap kinerja UMKM. UMKM yang mampu mengembangkan ketiga dimensi ini secara bersamaan memiliki daya saing yang jauh lebih kuat di era ekonomi digital.
2. Adopsi teknologi informasi, khususnya sistem pembayaran digital, platform e-commerce, dan sistem informasi akuntansi, berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan dan operasional UMKM. Namun, manfaat optimal baru tercapai ketika adopsi teknologi diintegrasikan dengan strategi bisnis yang komprehensif.
3. Kelincahan strategi (strategic agility) terbukti menjadi mediator penting dalam hubungan antara teknologi digital dan kinerja UMKM. Artinya, teknologi hanya akan memberikan dampak optimal ketika UMKM memiliki kapasitas untuk menggunakannya secara strategis dan adaptif.
4. UMKM di Kota Medan, khususnya di wilayah Medan Deli, masih memerlukan pendampingan intensif dalam adopsi teknologi informasi dan pengembangan strategi bisnis. Dukungan pemerintah daerah dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk mempercepat proses transformasi digital UMKM.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian empiris secara langsung terhadap UMKM di Kota Medan guna memvalidasi temuan dari kajian literatur ini, serta mengeksplorasi faktor-faktor kontekstual lokal yang mungkin memoderasi hubungan antara manajemen strategi, teknologi, dan kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Kismayanti Respati, D. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458.
- Dayat, M. D., Imam, I. M., & Fulgentius, F. D. M. (2024). Peran Teknologi Informasi dalam Mendorong Internasionalisasi UMKM. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(2), 86–91. <https://doi.org/10.61502/jemes.v2i2.99>
- Fajar Fadillah, A., Putri Ramayanti, T., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh E-Trust on Re-use Intention Terhadap Platform Flip. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 875–889. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.472>

- Ghouse, S., Shekhar, R., & Chaudhary, M. (2024). Driving financial inclusion: exploring mobile wallet adoption among rural Omani millennials. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jima-02-2024-0073>
- Hasin, A. (2024). Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(6), 224–233.
- Hutauruk, R. P. S., Zalukhu, R. S., Collyn, D., Jayanti, S. E., & Damanik, S. W. H. (2024). Peran perilaku pengelolaan keuangan sebagai mediator dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM di kota Medan. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(1), 302. <https://doi.org/10.29210/020243356>
- Indriyani, D., Aji, G., Karimah, A., Fitriani, P., & Amaliya, I. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kompetensi SDM, Pengelolaan Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 184–193.
- Nasution, M. A., Dirbawanto, N. D., Rossevelt, F. A., Publik, I. A., Ilmu, F., Utara, U. S., Bisnis, I. A., Ilmu, F., & Utara, U. S. (2024). 863-869 (1). 4(4), 863–869.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.
- Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecillia Miranda Br Lumban Gaol, & Lokot Muda Harahap. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 09–18. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487>
- Ramli, R., & Hidayat, D. (2020). Sosialisasi Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kecamatan Medan Deli. *ABDI KAMI: Jurnal Pengabdian ...*, 3(2), 213–219. http://www.ejournal.iaiiibrahimy.ac.id/index.php/Abdi_Kami/article/view/406%0Ahttp://www.ejournal.iaiiibrahimy.ac.id/index.php/Abdi_Kami/article/download/406/333
- Riawan, R., Widhianingrum, W., & Santoso, E. (2023). Kelincahan strategi sebagai mediasi dalam peningkatan kinerja UMKM yang dipengaruhi oleh teknologi digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(3), 697–710.
- Safitri, C. N., & Handoyo, S. E. (2024). Determinan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 21–28.
- Salsabila, N. A., Rizky, M. C., Astuti, W. T., Sitorus, J. M., & Purba, S. D. C. P. (2025). Strategic, Technological, and Innovative Drivers of Women's Digital Awareness in MSMEs. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3), 1–15. <https://doi.org/10.21070/ijins.v26i3.1446>
- Setiawan, B., Nugraha, D., Irawan, A., Nathan, R., & Zoltan, Z. (2021). User Innovativeness and Fintech Adoption in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Syakhrani, A. W., & Engelbertus, K. W. (2024). Perkembangan Komunikasi Digital: Dampak Media Sosial Pada Interaksi Sosial Di Era Modern. *Jurnal Komunikasi*, 2(12), 919–925.
- Tarigan, E. P., Rossanty, Y., & Pane, D. N. (n.d.). *The Role of Brand Identity and Digital Marketing on Visit Intent and Purchase Decisions ; " The Effect of Electronic Word of Mouth Mediation Among Generation Z and Millennials on Local Coffee SMEs "*. 6122–6130.
- Zuriana, K. Z., Rizky, M. C., Nabila, S., Ginting, S. A. B., & Arief, Y. B. (2025). Strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises in Traditional Culinary Innovation in the 4.0 Era. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3), 1–10. <https://doi.org/10.21070/ijins.v26i3.1445>