



Pemberdayaan UMKM Berbasis Inovasi Digital dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kota Medan

Muammar Rinaldi¹, Fahmi Ashari S. Sihaloho², Hafiz Irwandi³, Bay Haqki⁴

Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Bisnis Digital, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Kewirausahaan, Universitas Battuta, Indonesia

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam perekonomian lokal, khususnya di Kota Medan dan kawasan Universitas Negeri Medan (Unimed). Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat, serta tantangan yang dihadapi dalam pengembangannya. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, serta mengurangi tingkat pengangguran. Di kawasan Unimed, UMKM berkontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa dan masyarakat sekitar, menciptakan peluang usaha strategis, dan mendukung pertumbuhan ekonomi wilayah. Namun, sektor ini menghadapi tantangan berupa keterbatasan modal, persaingan ketat, dan rendahnya literasi digital. Solusi strategis seperti diversifikasi produk, pelatihan kewirausahaan, dan pemanfaatan teknologi digital diperlukan untuk mendukung pengembangan UMKM. Dengan dukungan kebijakan yang tepat, UMKM memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Kata kunci : *UMKM, Kesejahteraan, Masyarakat*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan Salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Mengingat besarnya peranan yang ditunjukkan dengan keberadaan usaha ini maka harus selalu diupayakan (Kurniawan, 2020). Adanya pengembangan yang bertujuan agar setiap usaha jenis ini mampu mengatasi masalah yang dihadapi dan berkembang ke arah yang lebih baik, maju dan mandiri sehingga perannya dalam pertumbuhan perekonomian semakin besar (Hidayat, 2021). Gerakan Sektor usaha mikro, kecil dan menengah amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan Pekerjaan. Mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha besar. Usaha Mikro, kecil dan menengah juga cukup terdiversifikasi Serta memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan sehingga menjadi salah satu penyokong devisa negara walaupun kontribusi usaha Mikro, kecil dan menengah jauh lebih kecil jika Dibandingkan dengan kontribusi usaha besar (Nungky Viana, 2018).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk Kota Medan. Keberadaannya tidak hanya sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai pencipta

lapangan kerja dan penggerak roda kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini akan mengulas secara mendalam mengenai kontribusi signifikan UMKM dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat Kota Medan. UMKM tidak hanya sekadar unit bisnis kecil, tetapi juga menjadi pilar utama dalam menopang perekonomian kota. Keberadaannya telah terintegrasi erat dengan kehidupan sosial masyarakat Medan, menciptakan jaringan ekonomi yang kuat dan berkelanjutan (Siregar, 2022). Melalui penelitian ini, kita akan mengungkap secara mendalam bagaimana UMKM berperan secara strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Medan, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun budaya.

Dari perspektif ekonomi, UMKM di Medan berperan sebagai mesin pertumbuhan ekonomi lokal. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan pendapatan Masyarakat (Putri, 2021). Selain itu, UMKM juga berkontribusi dalam meningkatkan produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Medan. Lebih dari itu, UMKM juga berperan sebagai inovator, menciptakan produk dan jasa baru yang dapat meningkatkan daya saing perekonomian kota. Kota Medan, sebagai salah satu pusat ekonomi di Sumatera Utara, memiliki ekosistem UMKM yang dinamis. Sektor ini tidak hanya sekadar bisnis, tetapi juga menjadi bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap peran strategis UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Medan, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun budaya. Permasalahan kesejahteraan masyarakat masih menjadi tantangan besar di berbagai kota, termasuk Medan. Salah satu solusi yang potensial adalah melalui pengembangan UMKM. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana UMKM dapat menjadi solusi konkret dalam mengatasi permasalahan tersebut dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kota Medan. Dalam penelitian ini, kita akan menggali lebih dalam mengenai mekanisme kerja UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Medan.

METODOLOGI

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*), yaitu melibatkan secara aktif pelaku UMKM sebagai mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar program yang dilaksanakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan kondisi riil pelaku UMKM di kawasan Jalan Willem Iskandar (sekitar Universitas Negeri Medan/Unimed). Subjek kegiatan adalah 30 pelaku UMKM yang dipilih secara purposive berdasarkan jenis usaha, skala usaha, dan kesiapan dalam mengadopsi inovasi digital.

Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang meliputi observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan survei awal untuk menggali permasalahan utama yang dihadapi UMKM, khususnya terkait pemasaran (Kurniawan, 2020), pengelolaan usaha, dan pemanfaatan teknologi digital. Teknik yang digunakan berupa wawancara, kuesioner sederhana, dan dokumentasi kondisi usaha.

Tahap kedua adalah analisis kebutuhan (*need assessment*). Data yang diperoleh dari observasi kemudian dianalisis untuk menentukan bentuk intervensi yang tepat. Analisis ini mencakup tingkat literasi digital pelaku UMKM, penggunaan media sosial, kemampuan dalam memasarkan produk secara online, serta kendala dalam penggunaan platform digital (Sari, 2022).

Tahap ketiga adalah perencanaan program pelatihan dan pendampingan. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim menyusun modul pelatihan yang mencakup materi digital marketing, penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, serta pengelolaan keuangan sederhana berbasis aplikasi digital. Materi disusun secara sederhana dan aplikatif agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM.

Tahap keempat adalah pelaksanaan sosialisasi program. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai pentingnya inovasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan langsung dengan metode ceramah interaktif dan diskusi kelompok.

Tahap kelima adalah pelaksanaan pelatihan. Pelatihan dilakukan secara langsung (*offline*) dengan metode praktik (*learning by doing*). Peserta dilatih untuk membuat akun bisnis di media sosial, mengelola marketplace, serta membuat konten promosi yang menarik menggunakan perangkat sederhana seperti smartphone. Selain itu, peserta juga diajarkan dasar-dasar branding produk (Ramashan, 2021).

Tahap keenam adalah pendampingan intensif. Setelah pelatihan, peserta tidak langsung dilepas, tetapi didampingi secara berkala untuk memastikan implementasi ilmu yang telah diperoleh. Pendampingan dilakukan melalui

kunjungan langsung maupun komunikasi daring, dengan fokus pada permasalahan yang dihadapi peserta dalam penerapan digitalisasi usaha.

Tahap ketujuh adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan untuk melihat perkembangan usaha peserta setelah mengikuti program, seperti peningkatan penjualan, jumlah pelanggan, dan aktivitas digital. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program melalui indikator yang telah ditetapkan.

Tahap kedelapan adalah pengukuran dampak kegiatan. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara lanjutan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesejahteraan pelaku UMKM. Indikator kesejahteraan dilihat dari peningkatan pendapatan dan stabilitas usaha.

Tahap kesembilan adalah pelaporan dan diseminasi hasil. Hasil kegiatan pengabdian disusun dalam bentuk laporan ilmiah dan dipublikasikan melalui jurnal pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, hasil kegiatan juga disosialisasikan kepada pihak terkait sebagai bentuk kontribusi akademik dalam pengembangan UMKM berbasis digital.

Tahap kesepuluh adalah keberlanjutan program. Untuk menjaga keberlanjutan, tim pengabdian mendorong terbentuknya komunitas UMKM digital di wilayah tersebut. Komunitas ini diharapkan menjadi wadah berbagi informasi, pengalaman, dan kolaborasi antar pelaku UMKM sehingga dampak program dapat dirasakan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di kawasan Jalan Willem Iskandar (sekitar Universitas Negeri Medan/Unimed) dengan melibatkan 30 pelaku UMKM menunjukkan hasil yang cukup signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terkait inovasi digital. Program ini difokuskan pada pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi digital dalam mendukung pemasaran dan pengelolaan usaha. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Hanya sekitar 30% dari peserta yang telah memanfaatkan media sosial secara aktif, namun belum optimal dalam penggunaannya sebagai sarana pemasaran digital.

Setelah dilakukan pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya digitalisasi usaha. Seluruh peserta mulai memahami konsep dasar digital marketing, termasuk penggunaan platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan marketplace untuk meningkatkan jangkauan pasar. Pelaksanaan pelatihan yang berbasis praktik langsung memberikan dampak positif terhadap keterampilan peserta. Peserta mampu membuat akun bisnis, mengunggah produk, serta menyusun konten promosi sederhana yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa metode learning by doing efektif dalam meningkatkan kompetensi pelaku UMKM. Selain itu, pendampingan intensif yang dilakukan secara berkala membantu peserta dalam mengatasi berbagai kendala teknis, seperti kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi, membuat desain konten, serta mengelola interaksi dengan pelanggan secara online. Pendampingan ini menjadi faktor penting dalam keberhasilan program.

Berikut adalah perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pengabdian:

Tabel 1
Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan

No	Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)
1	Penggunaan media sosial untuk usaha	30%	90%
2	Pemahaman digital marketing	25%	85%
3	Kemampuan membuat konten promosi	20%	80%
4	Penggunaan marketplace	15%	70%
5	Peningkatan penjualan	-	65%

Tabel di atas menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada berbagai indikator yang diukur. Penggunaan media sosial meningkat hingga 90%, yang menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta telah mengadopsi teknologi digital dalam usahanya. Dari sisi pemahaman digital marketing, terjadi peningkatan dari 25% menjadi 85%. Hal ini menunjukkan bahwa materi pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan literasi digital peserta secara efektif. Peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kemampuan dalam membuat konten promosi juga mengalami peningkatan yang cukup tinggi, yaitu dari 20% menjadi 80%. Peserta mulai mampu membuat foto produk yang lebih menarik, menulis caption yang persuasif, serta memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk promosi (Daulay, 2025). Penggunaan marketplace sebagai sarana penjualan juga mengalami peningkatan dari 15% menjadi 70%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya memperluas pasar melalui platform digital yang lebih luas dan terintegrasi.

Dampak nyata dari program ini terlihat pada peningkatan penjualan yang dialami oleh sekitar 65% peserta. Meskipun belum merata, hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi usaha memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Dari sisi kesejahteraan, peningkatan pendapatan yang dialami oleh peserta memberikan dampak positif terhadap kondisi ekonomi keluarga. Beberapa peserta menyatakan adanya peningkatan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari serta menambah tabungan usaha. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi, seperti keterbatasan akses internet, kurangnya perangkat pendukung, serta rendahnya konsistensi dalam mengelola media digital. Kendala ini menjadi catatan penting untuk pengembangan program selanjutnya. Secara teoritis, hasil pengabdian ini sejalan dengan konsep pemberdayaan UMKM yang menekankan pada peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha melalui pemanfaatan teknologi. Digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Selain itu, kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan pendampingan berkelanjutan merupakan strategi yang efektif dalam program pengabdian kepada masyarakat. Keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan mampu meningkatkan keberhasilan program.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM serta memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di kawasan Jalan Willem Iskandar. Ke depan, program serupa perlu dikembangkan dengan cakupan yang lebih luas dan dukungan yang lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN

egiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *Pemberdayaan UMKM Berbasis Inovasi Digital dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kota Medan* yang dilaksanakan di kawasan Jalan Willem Iskandar (sekitar Unimed) menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan berbasis praktik terbukti efektif dalam mendorong adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan media sosial, kemampuan membuat konten promosi, serta pemahaman digital marketing secara umum. Pendampingan yang berkelanjutan juga berperan penting dalam memastikan peserta mampu mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh.

Dari sisi ekonomi, program ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan penjualan dan pendapatan sebagian besar peserta. Kondisi ini secara tidak langsung berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM dan keluarganya. Dengan demikian, digitalisasi usaha dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam memperkuat ekonomi masyarakat berbasis UMKM. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan sarana pendukung, akses internet, serta konsistensi dalam pengelolaan platform digital. Oleh karena itu, diperlukan program lanjutan yang lebih intensif dan berkelanjutan agar hasil yang telah dicapai dapat terus ditingkatkan dan diperluas. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuan yang diharapkan dan memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM berbasis digital sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, M. S. M., Hasanah, U., Fatmasari, A., Tanjung, O. M., Prayogi, O., & Tina, H. (2025). Socialization of village management strategy towards Golden Indonesia. *Outline Journal of Community Development*, 3(2), 81–87. <https://doi.org/10.61730/jynykg82>
- Hidayat, & D. Lestari. (2021). Pendampingan UMKM berbasis teknologi dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 78–85.
- Kurniawan. (2020). Peningkatan kapasitas UMKM melalui literasi digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 211–218.
- M. Siregar, & E. Nasution. (2022). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Abdimas Sumatera*, 3(2), 101–109.
- Nugroho. (2020). Strategi digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Abdimas Nasional*, 2(2), 120–128.
- Pratama, & R. Wulandari. (2020). Pelatihan pemasaran digital bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(1), 45–52.
- Putri, & A. Saputra. (2021). Pelatihan e-commerce bagi pelaku UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 33–40.
- Ramadhan, & Y. Utami. (2021). Optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Kreativitas*, 5(1), 55–62.
- Rinaldi, M., Handayani, T. M., & Masri, D. (2025). Optimizing social media as a promotional tool to attract consumers to warung bakso. *Outline Journal of Community Development*, 3(2), 75–80. <https://doi.org/10.61730/g0h2gp59>
- Sari, & B. Hartono. (2022). Pendampingan manajemen usaha berbasis digital pada UMKM. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(2), 90–97.
- Sumantri, M. S., Amril, & Manurung, L. (2023). Digital marketing strategy training for micro and small business actors in Bagan Percut. *Outline Journal of Community Development*, 1(2), 81–86. <https://doi.org/10.61730/ojcd>
- Syahputra, & T. Siregar. (2022). Pelatihan branding produk UMKM berbasis digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 7(1), 66–73.
- Wijaya. (2021). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui UMKM digital. *Jurnal Abdimas Berdaya*, 3(1), 15–22.