

PERAN STRATEGI UMKM TERHADAP PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT LOKAL : STUDI KASUS PELAKU USAHA DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG

THE ROLE OF MSME STRATEGIES IN ECONOMIC EMPOWERMENT OF LOCAL COMMUNITIES: A CASE STUDY OF BUSINESS ACTORS IN KECAMATAN MEDAN SELAYANG

Suci Zakiah Sabina⁽¹⁾, Vina Maria Ompusunggu⁽²⁾, Samuel Tenang Ukur Ardianta Ginting⁽³⁾ Universitas Quality⁽¹⁾ Prodi Manajemen, Fakultas SOSHUM Universitas Quality
Penulis Korespondensi: Sucizakiya609@gmail.com,
vinaompusunggu@gmail.com, samuelginting281@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) strategi utama yang diterapkan UMKM Es Teh Jumbo di Kecamatan Medan Selayang, (2) pengaruh strategi tersebut terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, dan (3) tantangan yang dihadapi dalam penerapannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial serta pengalaman pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi usaha dilakukan melalui penerapan strategi pemasaran langsung dan online, inovasi produk, pengelolaan kualitas produksi, penguatan permodalan, serta pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan kerja. Strategi tersebut berdampak pada penciptaan lapangan kerja dengan pendapatan harian sekitar Rp50.000–Rp150.000, peningkatan pendapatan masyarakat, dan perputaran ekonomi lokal. Namun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan modal, rendahnya kualitas SDM, persaingan usaha, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi UMKM berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, meskipun masih memerlukan penguatan inovasi dan dukungan eksternal agar dampaknya lebih optimal.

Kata Kunci: Strategi UMKM, Pemberdayaan Ekonomi, Ekonomi Lokal

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the main strategies implemented by the Es Teh Jumbo UMKM in Medan Selayang District, (2) the influence of these strategies on local community economic empowerment, and (3) challenges faced in their implementation. The study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation to understand social phenomena in depth. The results show that business strategies

include direct and online marketing, product innovation, production quality control, capital management, and human resource development through training. These strategies contribute to job creation, increased community income, and local economic circulation. However, obstacles remain, such as limited capital, low human resource quality, business competition, and minimal use of digital technology. The study concludes that UMKM strategies play an important role in empowering local community economies, although further innovation and external support are needed to maximize their impact.

Keywords: UMKM Strategy, Economic Empowerment, Local Economy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto, penyerapan tenaga kerja, dan ekspor nasional. Di Kota Medan, sektor UMKM berkembang pesat terutama pada bidang kuliner, salah satunya usaha Es Teh Jumbo yang dapat dijalankan dengan modal relatif kecil serta inovasi produk sederhana.

Namun, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, persaingan usaha, serta rendahnya strategi pengembangan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan dampak UMKM terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat belum optimal.

Berdasarkan identifikasi masalah, terdapat beberapa persoalan utama yaitu kurangnya strategi pengembangan UMKM yang efektif, keterbatasan akses sumber daya, serta dampak pemberdayaan ekonomi yang masih terbatas. Oleh karena itu penelitian ini difokuskan pada analisis strategi UMKM Es Teh Jumbo di Kecamatan Medan Selayang terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal dengan indikator pendapatan, lapangan kerja, dan tantangan usaha.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi UMKM serta mengetahui peran strategi tersebut terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bertujuan memahami fenomena sosial melalui pengalaman dan perspektif subjek penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik utama pengumpulan data lapangan.

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat pengumpulan data yang harus memiliki validitas dan reliabilitas agar data yang diperoleh dapat dipercaya. Data penelitian terdiri dari

data primer yang diperoleh langsung dari responden serta data sekunder yang berasal dari dokumen dan literatur. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga diperoleh pemahaman sistematis mengenai strategi UMKM dan dampaknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa strategi utama yang diterapkan oleh UMKM Es Teh Jumbo masih bersifat sederhana dan konvensional. Strategi tersebut meliputi pemilihan lokasi usaha yang strategis, penetapan harga yang terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat, serta penerapan inovasi produk yang relatif sederhana namun sesuai dengan selera konsumen. Pemilihan lokasi yang berada di area dengan tingkat lalu lintas tinggi memberikan keuntungan tersendiri karena memudahkan akses konsumen dan meningkatkan potensi penjualan harian. Sementara itu, harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama yang memungkinkan produk diterima oleh masyarakat luas, khususnya kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja informal.

Strategi yang dijalankan oleh UMKM Es Teh Jumbo ini sejalan dengan pandangan Tambunan (2019) yang menyatakan bahwa UMKM umumnya merupakan usaha padat karya dengan sistem manajemen yang masih sederhana serta mengandalkan sumber daya lokal. Karakteristik tersebut tercermin dari cara pengelolaan usaha yang belum terstruktur secara modern, penggunaan tenaga kerja dari lingkungan sekitar, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan operasional maupun pemasaran. Di sisi lain, kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM Es Teh Jumbo belum sepenuhnya memanfaatkan perkembangan teknologi, khususnya e-commerce dan promosi digital, sebagaimana disarankan oleh Turmono et al. (2021) yang menekankan pentingnya transformasi digital bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Dalam kaitannya dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, strategi yang diterapkan oleh UMKM Es Teh Jumbo memberikan kontribusi yang cukup signifikan, meskipun masih bersifat terbatas. Keberadaan usaha ini mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga pemilik usaha dan karyawan, serta membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar, terutama bagi kaum muda dan perempuan yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap lapangan pekerjaan formal. Hal ini secara tidak langsung berkontribusi dalam

mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan daya beli masyarakat lokal, sebagaimana dikemukakan oleh Yuvika (2024) bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam memperkuat ekonomi masyarakat di tingkat lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan.

Namun demikian, dampak pemberdayaan ekonomi yang dihasilkan oleh UMKM Es Teh Jumbo belum mencapai skala yang lebih luas dan berkelanjutan. Ketidakstabilan keuntungan yang dipengaruhi oleh fluktuasi penjualan harian, kondisi cuaca, serta daya beli konsumen menyebabkan usaha ini belum mampu melakukan ekspansi atau pengembangan usaha secara signifikan. Selain itu, keterbatasan modal dan belum adanya strategi promosi yang terencana juga membatasi kemampuan UMKM Es Teh Jumbo untuk meningkatkan kapasitas produksi maupun menjangkau pasar yang lebih luas.

Tantangan yang dihadapi UMKM Es Teh Jumbo, seperti persaingan pasar yang semakin ketat, ketergantungan terhadap kondisi cuaca, serta minimnya akses terhadap permodalan dan promosi, sejalan dengan temuan Sari (2019) yang mengidentifikasi faktor-faktor penghambat utama dalam pengembangan UMKM. Persaingan dengan usaha sejenis menuntut pelaku UMKM untuk terus berinovasi, sementara keterbatasan modal menghambat penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, seperti penelitian Deby (2024) yang menekankan peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi UMKM Es Teh Jumbo masih lebih dominan pada level lokal dan belum memberikan dampak yang signifikan secara makro. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih komprehensif, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan akses permodalan dari pemerintah maupun lembaga keuangan.

Prosiding Seminar Nasional

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menjawab rumusan masalah penelitian bahwa strategi usaha yang sederhana mampu mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal secara parsial, namun berbagai tantangan yang ada masih menjadi penghambat utama bagi pertumbuhan dan pengembangan usaha. Dengan demikian, rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan peran UMKM Es Teh Jumbo dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal meliputi pelatihan digital bagi pelaku usaha, penguatan manajemen usaha, serta

peningkatan akses terhadap permodalan guna mendorong keberlanjutan dan perluasan dampak ekonomi di Kota Medan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM Es Teh Jumbo di Kecamatan Medan Selayang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Strategi utama yang diterapkan oleh UMKM Es Teh Jumbo di Kecamatan Medan Selayang adalah inovasi produk (varian rasa lokal seperti es teh original, teh susu, dan lainnya dengan konsep ukuran jumbo), penetapan harga terjangkau (Rp2.500–Rp5.000 per gelas), pemilihan lokasi strategis (dekat jalan utama, kampus, dan pusat keramaian), serta pemasaran sederhana (promosi mulut ke mulut dan tampilan gerai menarik).
- 2 Pengaruh strategi tersebut terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal terlihat dalam penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar (dengan penghasilan stabil Rp50.000–Rp150.000 per hari), peningkatan pendapatan, dan perputaran ekonomi melalui pembelian bahan baku lokal, yang membantu mengurangi penurunan dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat.
- 3 Tantangan dalam penerapan strategi tersebut meliputi keterbatasan modal (menghambat pengembangan usaha), kualitas sumber daya manusia yang rendah (kurangnya pelatihan keterampilan), persaingan usaha dengan pesaing sejenis, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan operasional. Tantangan ini membuat dampak pemberdayaan belum maksimal dan memerlukan inovasi serta dukungan eksternal untuk keinginan

DAFTAR PUSTAKA

- Deby. (2024). *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia*. Skripsi. Universitas Jenderal Soedirman.
- Sari. (2019). *Faktor Penghambat UMKM: Analisis Internal dan Eksternal*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Karakteristik, Peran, dan Tantangan*. Jakarta: LP3ES.
- Yuvika Ananda Nst. (2024). *Peran UMKM dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.