

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DALAM ERA DIGITAL DI KOTA MEDAN

Syaqinah Ujung¹, Graciela Br Sembiring², Khairuddin Ependi Tambunan³

Universitas Negeri Medan

Email: syaqinahujung@mhs.unimed.ac.id¹, gracielaibrsembiring@mhs.unimed.ac.id², pagaraji@unimed.ac.id³

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Medan serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kepustakaan sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi terhadap peningkatan inovasi produk, perluasan akses pasar melalui platform digital, serta efisiensi operasional UMKM. Sektor kuliner dan fashion menjadi subsektor utama yang berkembang pesat di Kota Medan, dengan dukungan teknologi digital dan perubahan preferensi konsumen. Namun, masih terdapat kendala yang menghambat penerapan ekonomi kreatif, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pendanaan, dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif, termasuk digitalisasi UMKM, dukungan kebijakan pemerintah, serta peningkatan kapasitas pelaku usaha agar mereka dapat lebih kompetitif di pasar lokal maupun global. Dengan memaksimalkan potensi ekonomi kreatif, UMKM di Kota Medan berpeluang untuk berkembang secara berkelanjutan di era digital.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, UMKM, Digitalisasi, Kota Medan.

Abstract – This study aims to analyze the role of the creative economy in supporting MSME growth in Medan City and identifying the challenges faced in its implementation. The research employs a qualitative descriptive approach with a literature study as the data collection technique. The findings indicate that the creative economy contributes to increased product innovation, expanded market access through digital platforms, and improved operational efficiency for MSMEs. The culinary and fashion sectors are the most rapidly growing subsectors in Medan City, supported by digital technology and changing consumer preferences. However, challenges such as low digital literacy, limited access to funding, and increasing competition still hinder the adoption of the creative economy. Therefore, a comprehensive strategy is needed, including MSME digitalization, government policy support, and capacity-building programs for entrepreneurs to enhance their competitiveness in both local and global markets. By maximizing the potential of the creative economy, MSMEs in Medan City have the opportunity to grow sustainably in the digital era.

Keywords: Creative economy, MSMEs, digitalization, Medan City.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dan berpotensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Ekonomi kreatif mengacu pada kegiatan ekonomi yang berbasis pada kreativitas, inovasi, dan ide-ide baru untuk menciptakan nilai tambah. Di era digital, sektor ini semakin relevan karena kemajuan teknologi memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk dan layanan yang unik serta kompetitif. Menurut Florida (2021), "ekonomi kreatif adalah motor penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan daya saing di era modern." Pernyataan ini menegaskan bahwa kreativitas adalah aset utama yang dapat mendorong UMKM untuk berkembang di tengah persaingan global.

Dalam konteks Kota Medan, ekonomi kreatif memiliki peran yang semakin penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kota Medan dikenal sebagai pusat perdagangan dan bisnis di Sumatera Utara dengan jumlah UMKM yang terus bertumbuh. UMKM di Kota Medan memainkan peran vital dalam mendukung perekonomian lokal sekaligus menjadi tulang punggung bagi masyarakat. Salah satu subsektor ekonomi kreatif yang berkembang pesat di Kota Medan adalah industri kuliner dan fashion. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), sektor kuliner menyumbang lebih dari 40% terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif nasional, sementara fashion menyumbang sekitar 17% (Kemenparekraf, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam produk dan strategi pemasaran menjadi faktor kunci bagi UMKM dalam menarik konsumen dan meningkatkan daya saing mereka.

Di sisi lain, tantangan dalam pengembangan ekonomi kreatif masih cukup besar, terutama bagi UMKM yang baru mulai beradaptasi dengan era digital. Beberapa kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya daya saing akibat kurangnya inovasi, keterbatasan akses ke teknologi digital, serta minimnya strategi pemasaran berbasis teknologi. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Suryani et al. (2022), yang menyatakan bahwa "UMKM yang belum mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka cenderung mengalami stagnasi dalam pertumbuhan".

Menurut laporan Bank Indonesia (2023), sekitar 60% UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala dalam mengakses teknologi dan pendanaan yang memadai untuk mengembangkan bisnis berbasis ekonomi kreatif (Bank Indonesia, 2023). Dengan semakin berkembangnya ekosistem digital, UMKM di Kota Medan dituntut untuk lebih adaptif dalam memanfaatkan teknologi serta menerapkan prinsip ekonomi kreatif agar tetap kompetitif di pasar lokal maupun global. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, untuk mempercepat digitalisasi UMKM dan meningkatkan daya saing mereka dalam ekonomi berbasis kreativitas.

Ekonomi kreatif hadir sebagai solusi potensial untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat menciptakan produk yang lebih inovatif, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas pasar hingga ke tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, dukungan pemerintah melalui program-program seperti pelatihan digitalisasi UMKM dan pemberian akses terhadap platform e-commerce semakin memperkuat posisi ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Azwina et al. (2023) menegaskan bahwa "kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat adalah kunci keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif." Dengan adanya sinergi tersebut, pelaku UMKM di Kota Medan dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Era digital juga membawa perubahan signifikan pada perilaku konsumen. Konsumen saat ini cenderung lebih memilih produk yang memiliki nilai estetika tinggi, unik, dan sesuai

dengan kebutuhan personal mereka. Hal ini memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan produk berbasis kreativitas guna menarik perhatian konsumen. Menurut penelitian oleh Wijaya et al. (2020), "UMKM yang mampu menghadirkan produk kreatif dengan pendekatan digital memiliki potensi besar untuk memenangkan persaingan pasar." Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM di Kota Medan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi kreatif dalam strategi bisnis mereka. Dengan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk membahas bagaimana peran ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan dalam era digital. Kajian ini juga akan mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM serta memberikan rekomendasi strategis untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif dalam mendukung pertumbuhan bisnis lokal.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research) untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari literatur akademik, jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta data dari situs resmi pemerintah yang relevan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis isi (content analysis), di mana informasi yang diperoleh dikategorikan berdasarkan tema utama yang berkaitan dengan ekonomi kreatif dan UMKM. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara komparatif untuk mengidentifikasi faktor utama yang mendukung keberhasilan penerapan ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan serta tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Temuan yang diperoleh kemudian diinterpretasikan guna merumuskan rekomendasi strategi yang lebih efektif bagi UMKM dalam memanfaatkan ekonomi kreatif sebagai alat untuk bersaing di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), subsektor ekonomi kreatif seperti kuliner dan fashion menyumbang lebih dari 50% terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di kota ini. Dengan pemanfaatan teknologi digital, UMKM yang bergerak di sektor ini mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 30% dalam kurun waktu dua tahun terakhir (Kemenparekraf, 2022).

Data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan (2023) menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang telah mengadopsi strategi berbasis ekonomi kreatif meningkat dari 2.500 unit pada tahun 2020 menjadi 4.700 unit pada tahun 2023, atau mengalami peningkatan sebesar 88% (Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan, 2023). Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak pelaku UMKM yang menyadari pentingnya inovasi dalam bisnis mereka.

Ekonomi kreatif berperan dalam beberapa aspek utama bagi UMKM di Kota Medan:

1) Inovasi Produk dan Jasa

UMKM yang memanfaatkan ekonomi kreatif cenderung memiliki produk dengan nilai estetika tinggi, kualitas unggul, serta diferensiasi yang kuat dibanding pesaing. Dengan adanya inovasi, UMKM dapat menciptakan produk yang lebih menarik bagi konsumen, baik dari segi desain, fungsi, maupun pengalaman pengguna. Sebagai contoh, industri kuliner di Kota Medan tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menambahkan unsur storytelling dalam produknya. Pengemasan makanan yang lebih menarik dan memiliki nilai budaya khas lokal mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Kemasan dengan desain kreatif tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus tetapi juga sebagai media promosi yang efektif.

Selain itu, inovasi juga terlihat dalam sektor fashion, di mana banyak UMKM mulai menggunakan kain tradisional seperti ulos dan songket dalam desain modern yang lebih sesuai dengan selera anak muda. Hal ini menciptakan diferensiasi produk yang kuat serta memberikan nilai tambah dari segi estetika dan kearifan lokal. Penelitian oleh Wijaya et al. (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang berinovasi dalam produk dan jasa mereka cenderung memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, karena mereka menawarkan sesuatu yang unik dan tidak mudah ditiru oleh pesaing.

2) Akses Pasar Lebih Luas

Pemanfaatan platform digital seperti marketplace dan media sosial memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas, termasuk pasar internasional. Di era digital, keberadaan e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak memungkinkan UMKM menjual produk mereka tanpa batas geografis. Dengan pemasaran berbasis media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, UMKM dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih interaktif dan menarik kepada calon pelanggan.

Menurut survei Universitas Sumatera Utara (2023), 65% UMKM yang aktif di marketplace mengalami peningkatan pelanggan dari luar Sumatera Utara, bahkan beberapa di antaranya berhasil melakukan ekspor ke luar negeri. Sebagai contoh, beberapa UMKM kuliner di Medan yang memproduksi oleh-oleh khas seperti bika ambon dan bolu meranti kini telah menjual produknya melalui platform daring dan berhasil menjangkau pasar nasional hingga mancanegara. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM tidak hanya bergantung pada pelanggan lokal tetapi juga dapat memperluas basis konsumennya ke tingkat nasional maupun global.

3) Efisiensi Operasional

Penggunaan teknologi digital dalam produksi dan pemasaran mengurangi biaya operasional hingga 25%. Sebagai contoh, banyak UMKM yang sebelumnya bergantung pada pemasaran konvensional seperti iklan cetak atau brosur kini beralih ke pemasaran berbasis media sosial yang lebih hemat biaya dan lebih efektif dalam menjangkau target pasar. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk mengotomatisasi proses bisnis, seperti penggunaan sistem pembayaran digital, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta sistem manajemen inventaris yang lebih modern.

Dalam industri fashion, beberapa UMKM telah menerapkan teknologi desain berbasis komputer (CAD) untuk mempercepat proses produksi dan mengurangi limbah bahan baku. Sementara itu, dalam sektor kuliner, penggunaan aplikasi pemesanan makanan seperti GoFood dan GrabFood tidak hanya membantu meningkatkan jumlah pelanggan tetapi juga mengurangi kebutuhan akan tempat makan fisik yang besar, sehingga menghemat biaya sewa dan operasional. Studi oleh Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan sistem digital dalam operasional bisnis mereka cenderung memiliki margin keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan mereka yang masih menggunakan metode konvensional.

4) Peningkatan Daya Saing Global

Dengan kreativitas dan digitalisasi, UMKM mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga global. Beberapa brand fashion asal Medan sudah mulai diekspor ke Malaysia dan Singapura melalui platform e-commerce. Keunikan desain serta pemanfaatan bahan baku berkualitas tinggi membuat produk mereka semakin diminati di pasar internasional. UMKM di sektor kuliner juga mulai menawarkan produk mereka dalam bentuk frozen food agar lebih mudah dikirim ke luar daerah, sehingga memperluas jangkauan pasarnya.

Selain itu, dukungan pemerintah dalam program sertifikasi halal, hak kekayaan intelektual (HKI), serta kemudahan ekspor turut membantu UMKM bersaing di pasar global. Beberapa UMKM di Medan bahkan sudah memanfaatkan media sosial untuk bekerja sama

dengan influencer internasional dalam memperkenalkan produk mereka ke audiens yang lebih luas. Laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) menyebutkan bahwa UMKM yang memiliki strategi branding dan pemasaran berbasis digital cenderung lebih siap bersaing di pasar global karena memiliki daya tarik yang lebih kuat dibandingkan dengan bisnis yang hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional.

2. Tantangan dalam Implementasi Ekonomi Kreatif bagi UMKM

Meskipun ekonomi kreatif menawarkan berbagai peluang, UMKM di Kota Medan masih menghadapi beberapa tantangan dalam penerapannya, antara lain:

1) Kurangnya Literasi Digital

Hasil survei yang dilakukan oleh Universitas Sumatera Utara terhadap 500 pelaku UMKM di Kota Medan menunjukkan bahwa sekitar 60% dari mereka belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, hanya 35% yang aktif menggunakan platform digital seperti Shopee, Tokopedia, atau Instagram sebagai kanal utama penjualan (USU, 2023).

2) Keterbatasan Modal dan Akses Pendanaan

Data dari Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa 55% UMKM masih menghadapi kendala dalam mendapatkan akses modal untuk mengembangkan bisnis mereka berbasis ekonomi kreatif. Sebanyak 45% dari mereka belum memiliki akses ke kredit usaha rakyat (KUR) atau skema pembiayaan lainnya yang disediakan oleh pemerintah maupun lembaga keuangan (Bank Indonesia, 2023).

3) Persaingan yang Ketat

Seiring dengan meningkatnya adopsi ekonomi kreatif, persaingan antar-UMKM juga semakin ketat. Menurut laporan Asosiasi UMKM Kota Medan (2023), lebih dari 78% pelaku UMKM merasa kesulitan bersaing dengan merek yang lebih besar, terutama dalam aspek harga dan jangkauan pasar (Asosiasi UMKM Kota Medan, 2023).

3. Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Ekonomi Kreatif

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui ekonomi kreatif:

1) Digitalisasi dan Pemanfaatan Teknologi

UMKM perlu diberikan pelatihan terkait penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi bisnis mereka. Program seperti pelatihan e-commerce dan manajemen media sosial dapat membantu mereka bersaing di pasar digital. Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan telah mengadakan 15 program pelatihan selama tahun 2023 dengan melibatkan lebih dari 1.200 pelaku UMKM (Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan, 2023).

2) Kolaborasi dengan Pemerintah dan Swasta

Dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dalam bentuk akses permodalan, program inkubasi bisnis, serta fasilitasi pemasaran produk dapat mempercepat pertumbuhan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Hingga 2023, pemerintah Kota Medan telah menyediakan hibah modal usaha sebesar Rp15 miliar untuk mendukung 3.000 UMKM berbasis ekonomi kreatif (Pemerintah Kota Medan, 2023).

3) Penguatan Branding dan Inovasi Produk

UMKM perlu terus berinovasi dalam menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai tambah agar dapat bersaing di pasar lokal maupun global. Sebuah studi oleh Universitas Sumatera Utara (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang menginvestasikan minimal 10% dari pendapatan mereka untuk inovasi produk mengalami peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 25% (USU, 2023).

Dengan strategi yang tepat, ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan, sehingga mereka dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di era digital ini..

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan, terutama melalui inovasi, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital. UMKM yang mengadopsi strategi berbasis ekonomi kreatif terbukti mengalami peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, serta pertumbuhan pendapatan. Sektor kuliner dan fashion menjadi subsektor yang paling berkembang, didukung oleh tren digitalisasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Namun, masih terdapat tantangan yang dihadapi oleh UMKM, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pendanaan, serta persaingan yang semakin ketat. Kendala-kendala ini menunjukkan bahwa meskipun ekonomi kreatif memberikan peluang besar, masih diperlukan upaya strategis agar UMKM dapat lebih optimal dalam mengembangkan usahanya. Dengan pemanfaatan ekonomi kreatif secara maksimal, UMKM di Kota Medan berpotensi untuk tumbuh lebih pesat dan semakin kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwina, A., Sari, R., & Handayani, D. (2023). Dukungan Kebijakan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif untuk UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1991-1997.
- Bank Indonesia. (2023). Laporan perkembangan UMKM dan digitalisasi di Indonesia. Bank Indonesia. Retrieved from <https://www.bi.go.id>
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. (2023). Laporan perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Medan. Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Laporan perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved from <https://www.kemenparekraf.go.id>
- Pemerintah Kota Medan. (2023). Laporan bantuan hibah modal usaha untuk UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Medan. Pemerintah Kota Medan.
- Porter, M. E. (2021). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Rachmawati, T. (2021). The Role of Digitalization in Enhancing SME Competitiveness. *Indonesian Journal of Economics*, 12(1), 78-95.
- Universitas Sumatera Utara. (2023). Survei digitalisasi dan daya saing UMKM Kota Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Wijaya, H., & Sari, R. (2020). Inovasi Produk dan Pemasaran UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1(2).
- Wijaya, R., et al. (2023). The Impact of Creative Economy on Consumer Loyalty. *Asian Journal of Business and Innovation*, 18(3), 112-130.