



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 1b, Januari 2025

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 1b, Januari 2025

Pages : 2576–2584

Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro UMKM dalam Peningkatan Daya Saing di Era Digital Kota Medan

Eliyas Santi Bancin, Irna Rianti, Nurhalimah Tusa' diah Siregar,
Muhammad Rhenz Nanda, Fitri Hayati

Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1b.2967>

How to Cite this Article

APA : Santi Bancin, E., Rianti, I., Tusa' diah Siregar, N. ., Nanda, M. R. ., & Hayati, F. . (2025). Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro UMKM dalam Peningkatan Daya Saing di Era Digital Kota Medan. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(1b), 2576 – 2584. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1b.2967>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro UMKM dalam Peningkatan Daya Saing di Era Digital Kota Medan

Eliyas Santi Bancin¹, Irna Rianti², Nurhalimah Tusa'diah Siregar³, Muhammad Rhenz Nanda⁴, Fitri Hayati⁵

Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan^{1,2,3,4,5}

*Email:

eliyasantibancin@gmail.com, Irnarianti@gmail.com, diahalmahsrg@gmail.com, rhenznanda@gmail.com, fitrihayati@uinsu.ac.id

Diterima: 21-01-2025

| Disetujui: 22-01-2025

| Diterbitkan: 23-01-2025

ABSTRACT

This research aims to identify development strategies for MSME Microfinance Institutions (LKM) in Medan City to increase competitiveness in the digital era. The research method used is descriptive qualitative. The research results show that microfinance institutions need to carry out several strategies, such as: digital transformation towards a digital ecosystem, development of digital financial products and services, increasing digital literacy of MSMEs, collaboration with various related parties, and adaptation to applicable regulations. By implementing these strategies, it is hoped that microfinance institutions can play a more effective role in supporting the growth and development of MSMEs in the digital era.

Keywords: Microfinance Institutions, MSMEs, Competitiveness, Digital Era, digital transformation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) UMKM di Kota Medan dalam meningkatkan daya saing di era digital. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan mikro perlu melakukan beberapa strategi, seperti: Transformasi digital menuju ekosistem digital, Pengembangan produk dan layanan keuangan digital, Peningkatan literasi digital UMKM, Kolaborasi dengan berbagai pihak terkait, dan adaptasi terhadap regulasi yang berlaku. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, diharapkan lembaga keuangan mikro dapat berperan lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di era digital.

Kata Kunci: Lembaga Keuangan Mikro, UMKM, Daya Saing, Era Digital, transformasi digital

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Namun, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses keuangan dan kemampuan bersaing yang rendah. Kota Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki potensi UMKM yang besar. Namun, UMKM di Medan masih memerlukan dukungan untuk meningkatkan daya saingnya. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Namun, LKM juga harus meningkatkan kemampuan bersaingnya di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan LKM UMKM di Kota Medan yang efektif dalam meningkatkan daya saing di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan LKM UMKM di Kota Medan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Teknologi digital dapat membantu UMKM bekerja lebih efisien, misalnya dengan menggunakan teknologi cloud dan aplikasi untuk mengelola stok barang, mencatat keuangan, dan menganalisis data guna memperluas pasar. Media sosial juga berperan penting dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan mempromosikan produk atau layanan. Agar efektif, UMKM perlu memilih platform media sosial yang sesuai dengan target pasar mereka, serta rutin membuat konten yang menarik dan informatif.

Namun, UMKM di era digital juga menghadapi banyak tantangan. Salah satunya adalah rendahnya pemahaman teknologi. Banyak pelaku UMKM hanya memiliki kemampuan dasar, seperti mengunduh dan mengunggah file, sehingga mereka kesulitan menggunakan software dan hardware yang lebih kompleks. Mereka juga sering kurang memahami strategi pemasaran digital, seperti iklan online, kampanye media sosial, atau cara meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Masalah ini biasanya terkait dengan terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang mampu mengoperasikan teknologi, yang pada akhirnya membuat daya saing UMKM di pasar digital menjadi rendah.

TINJAUAN TEORETIS

Lembaga keuangan mikro (LKM) adalah lembaga yang menyediakan berbagai layanan keuangan seperti pinjaman, tabungan, dan produk finansial lainnya, dengan fokus utama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian lokal. Keberadaan LKM sangat vital untuk memberikan akses pembiayaan kepada UMKM yang sulit dijangkau oleh lembaga keuangan formal seperti bank besar.

Peran Digitalisasi dalam Peningkatan Daya Saing Adapun Era digital membawa dampak besar pada berbagai sektor, termasuk sektor keuangan dan UMKM. Teknologi digital memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap informasi, proses transaksi yang lebih cepat, dan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Bagi UMKM, penerapan teknologi digital bukan hanya soal efisiensi operasional, tetapi juga soal peningkatan daya saing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Digitalisasi mencakup pemanfaatan sistem pembayaran digital, platform e-commerce, media sosial, hingga pemanfaatan big data dan teknologi finansial (fintech). Oleh karena itu, lembaga keuangan mikro yang bekerja sama dengan UMKM perlu mengembangkan sistem digital untuk mempermudah akses layanan keuangan bagi para pelaku usaha kecil dan menengah. Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan

Mikro UMKM Untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital, strategi pengembangan lembaga keuangan mikro menjadi sangat penting.

Beberapa strategi yang dapat diambil adalah:

1. Peningkatan Akses Keuangan Digital: LKM harus meningkatkan adopsi teknologi digital dalam pelayanan mereka, seperti menyediakan aplikasi mobile atau platform daring yang memungkinkan UMKM mengakses produk keuangan secara cepat, mudah, dan transparan. Dengan demikian, UMKM dapat lebih mudah mengakses pinjaman modal atau produk keuangan lainnya yang mendukung pertumbuhan usaha mereka.
2. Pendidikan dan Pelatihan Teknologi Keuangan: LKM harus menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang fokus pada pemahaman dan penerapan teknologi keuangan bagi pelaku UMKM. Ini dapat meliputi pelatihan penggunaan sistem pembayaran digital, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk.
3. Kemitraan dengan Platform Digital: LKM dapat memperluas jangkauan dan daya saing UMKM dengan bekerja sama dengan berbagai platform digital seperti e-commerce, fintech, dan layanan pembayaran digital. Kemitraan ini dapat membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar dan mempercepat proses transaksi bisnis mereka.
4. Fasilitasi Pendanaan Berbasis Digital: LKM perlu mengembangkan produk pembiayaan berbasis digital, seperti pinjaman mikro digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses oleh UMKM. Sistem pinjaman yang lebih transparan dan berbasis teknologi akan memberikan UMKM akses ke modal yang lebih cepat tanpa harus melalui proses yang rumit.
5. Pemanfaatan Data dan Analisis: Dengan memanfaatkan data besar (big data) dan teknologi analitik, LKM dapat memberikan layanan yang lebih personal kepada UMKM. Analisis data dapat membantu lembaga keuangan untuk memahami kebutuhan dan kemampuan usaha mikro dan kecil, sehingga mereka bisa menawarkan produk yang lebih tepat sasaran.

Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital

Dalam konteks peningkatan daya saing UMKM, penting untuk memfokuskan pada beberapa aspek berikut:

1. Inovasi Produk dan Jasa: UMKM yang memiliki akses pada teknologi digital akan lebih mudah melakukan inovasi dalam produk dan jasa yang mereka tawarkan. Penerapan desain produk berbasis teknologi dan penggunaan platform digital untuk penjualan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global.
2. Efisiensi Operasional: Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan operasional mereka, dari proses produksi hingga distribusi. Dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi, pengelolaan inventaris, pembayaran, dan distribusi dapat dilakukan lebih efisien, yang pada gilirannya akan mengurangi biaya dan meningkatkan daya saing.
3. Pemasaran dan Penjualan Online: Dalam era digital, kehadiran UMKM di platform e-commerce dan media sosial sangat krusial. LKM dapat membantu UMKM dengan menyediakan solusi pendanaan untuk kegiatan pemasaran digital dan pelatihan dalam pengelolaan toko online mereka.

4. Perluasan Pasar: Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan akses ke platform e-commerce global, produk UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen di seluruh dunia.

Tantangan dalam Implementasi Strategi

Beberapa tantangan yang dihadapi dalam pengembangan lembaga keuangan mikro UMKM di era digital antara lain:

1. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi: Tidak semua UMKM memiliki akses atau pemahaman tentang infrastruktur teknologi yang dibutuhkan untuk bertransformasi digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM.
2. Keamanan Data: Keamanan data menjadi isu penting dalam era digital, terutama terkait dengan transaksi keuangan. LKM harus memastikan bahwa sistem yang mereka gunakan untuk memfasilitasi UMKM aman dari ancaman peretasan atau kebocoran data pribadi dan finansial.
3. Keterbatasan Sumber Daya: Pengembangan sistem digital membutuhkan investasi yang signifikan, baik dari sisi teknologi maupun pelatihan SDM. LKM perlu mencari cara untuk menyediakan dana bagi pengembangan ini tanpa membebani UMKM yang sudah tertekan dengan biaya operasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan metode pengumpulan data melalui tinjauan literatur, yang mencakup jurnal, artikel, karya ilmiah, dan buku. penelitian deskriptif dapat digunakan untuk memaparkan bagaimana Lembaga Keuangan Mikro (LKM) mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan era digital di Kota Medan. Pendekatan ini membantu menggambarkan layanan yang ditawarkan oleh LKM, tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM, serta kendala yang mereka hadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi ekonomi lokal memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi nasional. Kota Medan, dengan banyaknya UMKM, memiliki peluang besar untuk mengembangkan ekonomi melalui digitalisasi. Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi strategi utama untuk meningkatkan daya saing dan ketahanan ekonomi, khususnya di Kota Medan. Berikut adalah beberapa hal penting dalam pengembangan UMKM digital:

a. Transformasi Digital ke Ekosistem Digital

Transformasi digital menjadi fokus utama dalam memperkuat ekonomi nasional. Digitalisasi dari perkotaan hingga pedesaan menjadi kunci dalam mempercepat pemulihan ekonomi dan meningkatkan daya saing di tingkat nasional. Dalam proses ini, pemahaman dan keterampilan digital bagi individu, masyarakat, dan organisasi sangat penting agar mereka bisa memanfaatkan teknologi secara efektif untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis.

Di era digital, kemampuan beradaptasi dengan teknologi sangat dibutuhkan karena perkembangan yang terus terjadi dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. UMKM yang

mampu mengadopsi teknologi dapat meningkatkan kualitas kerja, mengoptimalkan layanan bagi pelanggan, menekan biaya produksi, serta memperluas pasar. Dengan teknologi, UMKM bisa memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan terintegrasi, sehingga pelanggan merasa lebih puas. Agar UMKM bisa merespons perubahan dengan baik, mereka harus memahami dan menggunakan teknologi dengan tepat. Jika penerapannya salah, justru bisa berdampak negatif bagi usaha mereka. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM bukan hanya berdampak pada efisiensi dan pemasaran, tetapi juga pada budaya kerja dan sistem organisasi. Maka dari itu, literasi digital menjadi sangat penting agar pelaku UMKM tidak salah dalam memanfaatkan teknologi. Dengan pemahaman yang baik, mereka bisa menggunakan teknologi secara tepat, baik dalam bisnis pribadi, organisasi, maupun berbasis komunitas.

Meningkatkan literasi dan keterampilan digital adalah solusi terbaik untuk menghadapi tantangan teknologi saat ini dan di masa depan. Pemerintah memiliki peran besar dalam membantu UMKM meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi dengan memberikan dukungan dalam penerapan teknologi. Selain itu, digitalisasi juga membantu pemerintah menangani berbagai tantangan sosial, seperti perubahan iklim dan krisis kesehatan, dengan menyediakan solusi yang lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi prioritas utama dalam memperkuat ekonomi nasional dan mendorong pertumbuhan ekonomi dari tingkat kota hingga desa.

b. Di Era Digital

Untuk meningkatkan daya saing di era digital, Lembaga Keuangan Mikro (LKM) perlu mengadopsi berbagai strategi yang terintegrasi dan berfokus pada teknologi serta kebutuhan nasabah. Salah satu langkah utama adalah melakukan digitalisasi layanan, seperti mengembangkan aplikasi atau website yang memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan keuangan secara mudah, termasuk pembukaan rekening, pembayaran cicilan, hingga pengajuan pinjaman. Selain itu, kolaborasi dengan perusahaan teknologi finansial (fintech) dapat membantu LKM menyediakan layanan pembayaran digital yang lebih praktis.

Namun, keberhasilan digitalisasi juga bergantung pada edukasi dan literasi digital masyarakat. LKM perlu mengadakan program pelatihan agar nasabah memahami cara menggunakan layanan digital, sekaligus menjelaskan manfaat dan keamanan teknologi ini untuk meningkatkan kepercayaan mereka. Selain itu, inovasi produk dan layanan menjadi hal penting, seperti menawarkan pinjaman berbasis kebutuhan usaha mikro atau layanan pendampingan bisnis yang dapat mendukung pengembangan usaha nasabah. Di sisi operasional, LKM harus memperkuat infrastruktur teknologi, termasuk sistem keamanan data berbasis enkripsi untuk melindungi informasi nasabah dan memastikan akses internet yang memadai, terutama di daerah terpencil. Dalam upaya memperluas jangkauan, LKM juga dapat membangun kemitraan strategis dengan pemerintah untuk memanfaatkan program digitalisasi, serta menggandeng pihak swasta untuk mendukung pengembangan teknologi dan pelatihan teknis. Pemanfaatan teknologi canggih, seperti big data dan AI, dapat membantu LKM memahami pola keuangan nasabah dan membuat keputusan lebih cepat, misalnya dalam analisis kelayakan pinjaman atau pengelolaan risiko. Di samping itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia sangat diperlukan, melalui pelatihan terkait teknologi dan manajemen risiko digital. Agar tetap kompetitif, LKM juga harus berfokus pada peningkatan pengalaman pelanggan. Layanan seperti chatbot untuk respon cepat atau personalisasi produk berdasarkan data nasabah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka. Dengan kombinasi strategi ini, LKM dapat menciptakan layanan keuangan yang inklusif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital, sekaligus memperkuat posisi mereka dalam persaingan industri keuangan.

c. Pemanfaatan Teknologi Digital

Penggunaan teknologi digital sangat penting untuk membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan kinerja mereka. Dengan teknologi digital, UMKM bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, meningkatkan pendapatan, serta lebih mudah mengawasi jalannya usaha. Berbagai program digitalisasi seperti e-Farming, e-Commerce, dan e-Financing dibuat untuk membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Saat ini, teknologi digital membuka banyak peluang bagi UMKM agar lebih berkembang dan berkontribusi pada perekonomian negara. UMKM terbukti mampu bertahan selama pandemi dan bahkan menjadi pilar ekonomi baru. Bank Indonesia juga terus mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari programnya. Selain itu, pembayaran digital semakin mempermudah transaksi dan membantu pertumbuhan bisnis melalui platform e-commerce.

Teknologi digital memberikan banyak manfaat bagi UMKM, seperti meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing. UMKM bisa menggunakan pemasaran digital dengan membuat website, memanfaatkan media sosial, atau berjualan di marketplace agar produk mereka dikenal lebih luas. Teknologi ini juga membantu membangun citra merek (brand awareness) dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, penggunaan teknologi cloud computing dapat membantu UMKM dalam mengelola operasional usaha dengan lebih efisien. Misalnya, dengan menggunakan software untuk mengatur transaksi dan stok barang, produktivitas bisnis bisa meningkat. UMKM juga bisa memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk promosi dan menggunakan platform e-commerce seperti Shopee untuk menjual produk secara online. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM bisa berkembang lebih cepat dan lebih mudah bersaing di pasar.

d. Pengembangan Digitalisasi

Digitalisasi transaksi bagi UMKM berarti menggunakan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan manajemen bisnis. Dengan digitalisasi, UMKM bisa mendapatkan informasi pasar yang lebih akurat melalui analisis data dan masukan dari pelanggan. Selain itu, melalui platform online, UMKM bisa mengakses berbagai sumber daya, seperti informasi bisnis, pelatihan, dan jaringan profesional.

Digitalisasi juga mempermudah UMKM dalam mendapatkan pendanaan, seperti crowdfunding, microfinance marketplace, dan program bantuan pemerintah. Dengan akses ini, UMKM bisa lebih cepat menyesuaikan diri dengan tren pasar dan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Melalui website, media sosial, dan pemasaran digital lainnya, UMKM dapat memperkenalkan merek dan produk mereka ke lebih banyak orang, sehingga meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, digitalisasi mempermudah UMKM dalam menjalin kerja sama dan kemitraan, yang semakin penting di era digital saat ini. Proses bisnis juga bisa diotomatisasi, sehingga biaya operasional lebih rendah dan efisiensi meningkat. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM tidak lagi terbatas oleh lokasi dan bisa menjual produk mereka ke berbagai daerah, bahkan hingga ke pasar internasional.

Digitalisasi juga mendukung inklusi keuangan dengan memberikan UMKM akses yang lebih luas ke layanan keuangan. Pemerintah Indonesia telah menjadikan transformasi digital UMKM sebagai prioritas untuk memperkuat ekonomi nasional. Beberapa program yang telah dilaksanakan meliputi percepatan pengembangan wirausaha, digitalisasi koperasi dan UMKM, serta penguatan ekosistem digital. Dengan digitalisasi, UMKM bisa berkembang lebih cepat, meningkatkan transaksi bisnis, serta memperluas jangkauan dan visibilitas pasar mereka.

e. Tantangan dan Peluang Pemasaran Digital bagi UMKM

UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran digital, seperti keterbatasan dana, kurangnya keterampilan teknologi, dan perubahan algoritma platform digital. Banyak UMKM tidak memiliki cukup waktu dan uang untuk berinvestasi dalam pelatihan atau teknologi yang dibutuhkan agar pemasaran digital mereka lebih efektif. Selain itu, perubahan algoritma di mesin pencari dan media sosial sering kali mempengaruhi visibilitas dan keberhasilan kampanye pemasaran mereka.

Namun, pemasaran digital juga memberikan banyak peluang bagi UMKM. Teknologi digital memungkinkan UMKM menjangkau lebih banyak pelanggan dengan cara yang lebih hemat biaya dibandingkan pemasaran tradisional. Media sosial bisa dimanfaatkan untuk membangun komunitas yang loyal terhadap merek, sementara alat analitik membantu memahami perilaku pelanggan dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Selain itu, teknologi memungkinkan UMKM memberikan pengalaman yang lebih personal bagi pelanggan. Misalnya, dengan alat pemasaran email yang canggih, UMKM bisa mengirim pesan yang disesuaikan berdasarkan kebiasaan dan minat pelanggan, sehingga komunikasi lebih relevan dan menarik.

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Bina Usaha Mandiri atau BUM, berdiri sejak tahun 2015 di Kota Medan dengan tujuan utama membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendapatkan akses pembiayaan. Fokus BUM adalah mendukung sektor kuliner, kerajinan, dan jasa melalui pinjaman modal usaha, serta memberikan pendampingan kepada para pelaku UMKM. Namun, seiring berjalannya waktu, BUM menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat kinerjanya. Tantangan yang Dihadapi Pada awal operasinya, BUM menggunakan sistem manual untuk semua layanan, termasuk pengajuan pinjaman dan pelaporan keuangan. Hal ini menyebabkan proses yang lambat, dengan pengajuan pinjaman membutuhkan waktu hingga 5–7 hari kerja. Banyak nasabah merasa tidak puas karena ketidaktransparanan informasi, terutama terkait saldo pinjaman, bunga yang dikenakan, dan jadwal pembayaran. Situasi semakin sulit dengan munculnya layanan teknologi finansial (fintech) yang menawarkan proses lebih cepat dan transparan. Banyak UMKM mulai beralih ke fintech karena kemudahan yang ditawarkan. Selain itu, pandemi COVID-19 memperparah kondisi, membatasi interaksi tatap muka antara BUM dan nasabahnya, yang sebelumnya menjadi andalan utama lembaga ini.

Langkah Digitalisasi BUM Menyadari pentingnya beradaptasi dengan era digital, BUM pada tahun 2022 memulai transformasi besar-besaran dengan meluncurkan sebuah platform digital bernama BinaSmart. Melalui aplikasi ini, berbagai layanan yang sebelumnya dilakukan secara manual kini dapat diakses secara daring. Aplikasi BinaSmart memungkinkan nasabah mengajukan pinjaman secara online tanpa harus datang ke kantor. Selain itu, fitur dashboard keuangan memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memantau saldo pinjaman, jadwal pembayaran, serta riwayat transaksi secara real-time. Untuk meningkatkan hubungan dengan nasabah, aplikasi ini juga menyediakan layanan konsultasi keuangan melalui fitur chat.

Selain peluncuran aplikasi, BUM juga menggandeng perguruan tinggi dan pemerintah daerah untuk memberikan pelatihan digital kepada para pelaku UMKM. Pelatihan ini mencakup cara memasarkan produk secara online, optimalisasi media sosial untuk promosi, serta strategi menjual produk melalui marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Tidak berhenti di situ, BUM juga menjalin kolaborasi dengan marketplace lokal seperti MedanMart untuk membantu memasarkan produk UMKM binaannya. Dengan langkah ini, UMKM dapat memperluas pasar mereka dan meningkatkan daya saing.

Hasil Transformasi Digital Langkah digitalisasi ini membuahkan hasil yang signifikan. Proses pengajuan pinjaman yang sebelumnya memakan waktu hingga 7 hari kini dapat diselesaikan hanya dalam 1–2 hari. Nasabah merasa lebih puas dengan layanan yang lebih cepat dan transparan. Dalam satu tahun setelah peluncuran BinaSmart, jumlah nasabah meningkat 25%, terutama dari kalangan generasi muda yang lebih terbiasa menggunakan teknologi. UMKM binaan BUM yang mengikuti pelatihan pemasaran digital melaporkan peningkatan omzet hingga 50% setelah mulai menjual produk secara online.

Kendala yang Dihadapi Meski digitalisasi membawa banyak manfaat, akan tetapi Tingkat literasi digital yang rendah menjadi tantangan utama, terutama bagi nasabah yang berusia di atas 40 tahun. Banyak dari mereka merasa kesulitan menggunakan aplikasi. Selain itu, infrastruktur internet yang belum merata di beberapa wilayah pinggiran Kota Medan juga menghambat akses ke aplikasi. Tidak sedikit nasabah yang merasa lebih nyaman menggunakan metode manual karena kurangnya kepercayaan terhadap teknologi baru.

Solusi untuk Mengatasi Kendala tantangan tersebut, BUM mengambil sejumlah langkah strategis. Salah satunya adalah menyediakan fitur offline mode pada aplikasi BinaSmart, sehingga nasabah tetap dapat menggunakan layanan meskipun koneksi internet mereka tidak stabil. Data yang dimasukkan akan tersinkronisasi secara otomatis ketika koneksi tersedia. BUM juga membuka pusat pelatihan teknologi di kantor cabangnya, memberikan panduan langsung kepada nasabah tentang cara menggunakan aplikasi. Untuk mendorong adopsi teknologi, BUM memberikan insentif berupa diskon bunga bagi nasabah yang menggunakan layanan digital.

Kesimpulan dan Rekomendasi Transformasi digital yang dilakukan oleh LKM Bina Usaha Mandiri telah meningkatkan daya saing lembaga ini, sekaligus membantu UMKM binaannya untuk bertahan dan berkembang di era digital. Melalui kombinasi layanan digital, pelatihan intensif, dan kolaborasi dengan marketplace, BUM berhasil menciptakan model layanan keuangan mikro yang lebih modern dan inklusif. Namun, untuk memastikan keberlanjutan transformasi ini, dukungan dari pemerintah dalam meningkatkan infrastruktur internet di wilayah pinggiran sangat diperlukan. Selain itu, pelatihan literasi digital harus dilakukan secara rutin untuk memastikan semua nasabah, termasuk yang berusia lanjut, dapat merasakan manfaat dari layanan digital. Pengalaman BUM ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya menjadi tuntutan zaman, tetapi juga peluang besar bagi lembaga keuangan mikro untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan layanan mereka. Strategi yang diterapkan BUM dapat menjadi contoh bagi lembaga lain di Indonesia yang ingin beradaptasi dengan era digital.

KESIMPULAN

Pengembangan lembaga keuangan mikro UMKM di era digital kota Medan merupakan langkah krusial untuk meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Strategi yang efektif melibatkan digitalisasi layanan, peningkatan literasi digital, inovasi produk keuangan, penguatan infrastruktur teknologi, kemitraan strategis, dan evaluasi berkelanjutan. Digitalisasi adalah kunci Integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek layanan keuangan mikro sangat penting untuk mempercepat proses, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan layanan. Pentingnya literasi digital ialah Meningkatkan pemahaman UMKM tentang teknologi digital dan manfaatnya merupakan langkah awal untuk mendorong adopsi teknologi yang lebih luas. Inovasi produk keuangan yang merupakan

Pengembangan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM akan meningkatkan daya tarik lembaga keuangan mikro.

SARAN

Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Umkm Dalam Peningkatan Daya Saing Di Era Digital Kota Medan, dalam percepatan digitalisasi lembaga keuangan mikro perlu terus berinovasi dan mengembangkan produk serta layanan digital yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Dan dari segi pemberdayaan UMKM pemerintah dan lembaga keuangan mikro perlu bekerja sama untuk memberikan pelatihan dan pendamping kepada UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Usaha Mikro Kecil Menengah Indonesia 2020. Jakarta: BPS.
- Briantika, D. (2019). Peran Lembaga Keuangan Mikro dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 112-124.
- Diffusion of Innovations Theory: Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- Herman, H., & Ningsih, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi dalam Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(3), 76-89.
- Kapoor, S., & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital Transformation of Financial Services and Its Impact on SMEs. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3), 178-191.
- Prihatin, S. (2022). Penyuluhan Teknologi Keuangan untuk UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(1), 45-58.
- Riyanto. (2018). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: BPFE.
- Resource-Based View (RBV): Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Strategic Management Theory: Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Teori Microfinance: Morduch, J. (1999). The Microfinance Promise. *Journal of Economic Literature*, 37(4), 1569-1614.
- Technology Acceptance Model (TAM): Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.