ISSN: 2614-6754 (print)
ISSN: 2614-3097(online)

Halaman 21817-21824
Volume 9 Nomor 2 Tahun 2025

UMKM Peluang dan Tantangan Menuju Indonesia Emas 2045 (Studi Kasus di Kelurahan Kota Maksum 1, Kecamatan Medan Kota, Kota Madya Medan)

Masrul Zuhri Sibuea[1], Nadilla Fitri Yanni[2], Hasnah Aullia[3], Mutya Purnama Ramadhani[4], Nadia Elya Saragih[5], Mawadah Karunia Br Ginting[6]
[1,2,3,4,5,6] Ilmu Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
e-mail : masitama10@gmail.com[1], ndlftrynni@gmail.com[2], hasnahaulia256@gmail.com[3], mutya.e10@gmail.com[4], mawaddahkarunia3@gmail.com[5], nadyaelyaa31@gmail.com[6]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Kota Maksum 1, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, dalam menyongsong Visi Indonesia Emas 2045. Pendekatan yang digunakan adalah *kualitatif-deskriptif* dengan metode studi literatur dan observasi kontekstual. Kota Maksum memiliki luas wilayah ±3,74 km² dengan jumlah penduduk sekitar 31.200 jiwa yang didominasi oleh etnis Melayu dan Jawa, dengan mayoritas beragama Islam (±88%), Hindu (±4%), dan agama lainnya (±8%). Tingkat pendidikan didominasi lulusan SMP dan SMA, dengan status sosial mayoritas pekerja informal dan pelaku usaha mikro. UMKM di kawasan ini menunjukkan perkembangan signifikan di bidang kuliner, jasa, dan perdagangan. Hasil penelitian mengungkap bahwa tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal, rendahnya *literasi digital*, regulasi yang berubah-ubah, dan ketergantungan terhadap pasar lokal. Namun demikian, peluang besar terbuka melalui bonus demografi, digitalisasi bisnis, serta dukungan pemerintah melalui regulasi pro-UMKM dan akses *fintech*.

Kata kunci: *UMKM, Kota Maksum, Indonesia Emas 2045, Tantangan, Peluang*

Abstract

This study aims to identify the opportunities and challenges faced by MSME actors in Kota Maksum 1 Sub-district, Medan Kota District, Medan City, in preparing for the Golden Indonesia Vision 2045. The research uses a qualitative-descriptive approach through literature study and contextual observation. Kota Maksum covers an area of approximately 3.74 km² with around 31,200 inhabitants, predominantly Malay and Javanese ethnicities. The religious composition is mostly Muslim (±88%), followed by Hindu (±4%) and other religions (±8%). The educational level is mostly junior and senior high school graduates, with a majority engaged in informal work and microenterprises. MSMEs in the area have shown growth, especially in culinary, service, and trading sectors. The key challenges identified include limited capital, low digital literacy, fluctuating policies, and high dependency on local markets. Nevertheless, major opportunities arise from demographic bonuses, business digitalization, and government support via pro-MSME regulations and fintech access.

Keywords: *UMKM, Kota Maksum, Golden Indonesia 2045, Challenges, Opportunities*

PENDAHULUAN

Indonesia akan memperingati satu abad kemerdekaan pada tahun 2045. Pada momen ini, pemerintah mencanangkan Visi Indonesia Emas 2045 sebagai arah pembangunan jangka panjang nasional untuk menjadikan Indonesia sebagai negara maju, sejahtera, berdaulat, dan berdaya saing tinggi. Untuk mewujudkannya, *transformasi ekonomi* menjadi keniscayaan, di mana sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran sentral sebagai tulang punggung perekonomian nasional.Bonus demografi yang tengah terjadi menjadi peluang besar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 Indonesia memiliki 275,77 juta jiwa penduduk,

dengan 69,25% di antaranya masuk kategori usia produktif (15–64 tahun). Proporsi ini memberi potensi besar apabila diarahkan untuk memperkuat produktivitas nasional, khususnya melalui sektor kewirausahaan dan UMKM.

Studi ini secara khusus mengambil lokasi di Kelurahan Kota Maksum 1, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan. Kelurahan ini memiliki luas sekitar 3,74 km² dan dihuni oleh sekitar 31.200 jiwa. Kota Maksum 1 merupakan wilayah padat penduduk dengan keberagaman etnis, seperti Jawa, Batak, Melayu, dan Tionghoa. Mayoritas masyarakat menganut agama Islam, diikuti oleh Buddha, Kristen, dan Hindu. Komposisi sosial ini menciptakan dinamika ekonomi lokal yang unik. Pendidikan masyarakat rata-rata berada pada jenjang menengah (SMP dan SMA), dan sebagian besar penduduk bekerja di sektor informal, seperti berdagang, membuka usaha kuliner, dan jasa rumah tangga.

UMKM di Kota Maksum 1 menunjukkan potensi besar di sektor perdagangan dan jasa. Lokasinya yang strategis di pusat kota, dekat kawasan bisnis dan pendidikan, membuat pelaku UMKM memiliki peluang untuk menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu, keberagaman budaya menciptakan produk-produk lokal dengan nilai tambah khas. Namun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi tantangan nyata seperti akses pembiayaan yang terbatas, rendahnya *literasi digital*, regulasi yang belum sepenuhnya memihak, dan kurangnya dukungan dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.Melalui studi ini, penulis bertujuan untuk mengidentifikasi secara rinci peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM di Kota Maksum 1 dalam upaya mereka berkontribusi pada pencapaian Visi Indonesia Emas 2045. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi konkret bagi pembuat kebijakan, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan di tingkat lokal.

Kewirausahaan sebagai Fondasi Ekonomi Lokal

Kewirausahaan adalah salah satu aspek fundamental dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Dalam konteks pembangunan nasional, peran wirausahawan bukan hanya sebagai pencipta lapangan kerja, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi yang mampu menghadirkan solusi terhadap persoalan kemiskinan dan pengangguran. Scarborough dan Cornwall (2015) menyatakan bahwa karakter utama seorang wirausahawan adalah kreativitas, inovasi, dan ketahanan dalam menghadapi risiko bisnis. Inovasi produk, perbaikan layanan, serta efisiensi dalam rantai produksi merupakan hasil dari proses kewirausahaan yang adaptif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen.Kondisi perekonomian global yang tidak stabil sejak pandemi COVID-19 telah mendorong pemerintah Indonesia untuk memperkuat peran sektor wirausaha, khususnya melalui regulasi Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022 tentang *Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021–2024*. Kebijakan ini menargetkan pertumbuhan rasio kewirausahaan nasional hingga 4,0% pada 2024. Program ini juga mencanangkan penciptaan satu juta lapangan kerja baru melalui integrasi program Wirausaha Merdeka, pelatihan, dan pendampingan, termasuk untuk kalangan mahasiswa dan pelaku UMKM pemula.

Tujuan kebijakan tersebut meliputi: (1) menyinergikan kebijakan lintas sektor; (2) memperkuat ekosistem kewirausahaan nasional; (3) menumbuhkan wirausahawan berbasis teknologi dan inovasi; serta (4) meningkatkan kapasitas dan skala usaha. Jenis wirausaha yang diatur dalam Perpres ini terdiri atas tiga kategori, yaitu calon wirausaha (masih pada tahap ide atau rintisan), wirausaha pemula (memiliki usaha aktif dan terdaftar), serta wirausaha mapan (beroperasi minimal 42 bulan secara konsisten).Berdasarkan data BPS per Februari 2024, terdapat lebih dari 51,55 juta wirausaha pemula dan sekitar 5,01 juta wirausaha mapan di Indonesia, yang mayoritas berasal dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Yonatan, 2024). Jumlah ini menunjukkan bahwa struktur ekonomi Indonesia masih sangat ditopang oleh sektor informal dan UMKM, terutama di daerah perkotaan padat seperti Kecamatan Medan Kota, termasuk di dalamnya Kelurahan Kota Maksum 1.

UMKM sebagai Pilar Ekonomi Nasional dan Lokal

UMKM di Indonesia memainkan peran vital dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kemenko Perekonomian (2024), UMKM berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk

Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional. Jumlah UMKM mencapai lebih dari 65,5 juta unit, atau sekitar 99% dari total pelaku usaha di Indonesia. Di tengah krisis ekonomi tahun 1998 dan 2008, UMKM terbukti lebih tahan dibandingkan usaha besar karena struktur operasionalnya yang fleksibel dan kedekatan dengan komunitas lokal (Gustika et al., 2022; Nikiforou et al., 2023).

Berdasarkan **PP No. 7 Tahun 2021**, UMKM diklasifikasikan menurut modal usaha dan nilai penjualan tahunan, yaitu:

- **Usaha Mikro**: modal usaha maksimal Rp1 miliar; penjualan maksimal Rp2 miliar
- **Usaha Kecil**: modal usaha Rp1–5 miliar; penjualan Rp2–15 miliar
- **Usaha Menengah**: modal usaha Rp5–10 miliar; penjualan Rp15–50 miliar

Tujuan klasifikasi ini adalah untuk memberikan kemudahan akses terhadap perizinan, pembiayaan, dan pengembangan usaha yang sesuai dengan skala dan kemampuan pelaku UMKM. Secara umum, pelaku UMKM di Kota Maksum 1 masuk dalam kategori usaha mikro dan kecil, dengan dominasi di sektor perdagangan, kuliner rumahan, jasa laundry, salon, dan penjualan kebutuhan sehari-hari.

Kondisi Sosial Ekonomi UMKM di Kota Maksum 1, Medan

Kelurahan Kota Maksum 1 terletak di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara. Kecamatan ini memiliki luas sekitar 5,27 km². Kota Maksum dikenal sebagai kawasan padat penduduk dengan etnis beragam, seperti Melayu, Jawa, Batak, Tionghoa, dan Minangkabau. Penduduk mayoritas menganut Islam, diikuti oleh pemeluk Buddha, Kristen, dan Hindu, yang memperkuat karakter multikultural masyarakat.

Tingkat pendidikan masyarakat mayoritas pada jenjang SMP dan SMA, dengan sebagian kecil yang melanjutkan ke perguruan tinggi. Status sosial-ekonomi penduduk sebagian besar merupakan pelaku usaha informal, buruh harian, pedagang kecil, dan pekerja lepas. Kondisi ini menjadi potensi besar untuk pengembangan UMKM, mengingat karakteristik sosial mereka yang aktif, mandiri, dan memiliki jaringan sosial yang kuat di lingkungan komunitas.

Peluang dan Tantangan UMKM di Kota Maksum 1

UMKM di Kota Maksum 1 memiliki sejumlah peluang strategis, antara lain:

- **Letak geografis yang strategis** dekat pusat kota, perkantoran, dan pusat pendidikan
- **Keanekaragaman budaya** yang memungkinkan diversifikasi produk berbasis budaya lokal
- **Tingginya permintaan harian** terhadap produk kebutuhan pokok dan jasa rumah tangga
- **Bonus demografi** yang menghasilkan tenaga kerja produktif, terutama dari kalangan muda

Namun, berbagai tantangan juga dihadapi oleh pelaku UMKM setempat, seperti:

- **Keterbatasan modal usaha** dan belum optimalnya akses ke lembaga pembiayaan
- **Rendahnya literasi digital**, sehingga belum mampu memanfaatkan e-commerce secara maksima
- **Kurangnya pelatihan manajerial dan keuangan**, yang berdampak pada tidak berkelanjutannya usaha
- **Perubahan regulasi dan iklim usaha** yang cepat, terutama di masa pasca-pandemi
- **Keterbatasan infrastruktur**, seperti akses jalan dan promosi usaha yang belum memadai

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Kota Maksum 1 belum sepenuhnya mendapatkan dukungan yang terintegrasi antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan perguruan tinggi. Diperlukan strategi penguatan ekosistem UMKM berbasis komunitas lokal agar UMKM mampu tumbuh dan bertahan menghadapi era kompetisi terbuka.

UMKM dan Visi Indonesia Emas 2045

Visi Indonesia Emas 2045 sebagaimana tertuang dalam **UU No. 5 Tahun 2024 tentang RPJPN 2025–2045** mengarah pada pencapaian lima indikator utama: pendapatan per kapita setara negara maju, kemiskinan rendah, ketimpangan berkurang, daya saing SDM meningkat, dan penurunan emisi karbon. Untuk mencapainya, sektor UMKM harus difasilitasi untuk naik kelas, baik dalam skala bisnis, produktivitas, maupun digitalisasi.Studi Hu (2010) terhadap 37 negara menunjukkan bahwa peran UMKM terhadap pertumbuhan PDB sangat signifikan, khususnya pada negara berkembang di mana UMKM berperan besar dalam penciptaan lapangan kerja dan

pengurangan kemiskinan. Dengan demikian, memperkuat UMKM di tingkat lokal seperti Kota Maksum 1 merupakan investasi strategis bagi keberhasilan agenda nasional jangka panjang.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan dan UMKM adalah dua elemen yang saling melengkapi dalam upaya mewujudkan pertumbuhan ekonomi inklusif, baik di tingkat nasional maupun lokal. Di Kota Maksum 1, potensi pengembangan UMKM sangat besar, tetapi masih memerlukan intervensi terarah dalam bentuk pelatihan, pembiayaan, digitalisasi, serta penguatan jejaring antar pelaku usaha dan pemerintah. Jika didukung secara sistematis, UMKM di Kota Maksum 1 dapat menjadi salah satu kekuatan utama dalam menyukseskan visi besar Indonesia Emas 2045.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan ***kualitatif deskriptif*** dengan metode studi kasus yang difokuskan pada kondisi UMKM di Kelurahan Kota Maksum 1, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan. Pendekatan ini dipilih karena dianggap relevan dalam memahami secara mendalam kondisi sosial, ekonomi, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah tersebut dalam rangka menyongsong Visi Indonesia Emas 2045.Studi kasus digunakan untuk menggali dinamika yang terjadi di lingkungan lokal secara kontekstual, dengan melihat UMKM sebagai subjek aktif yang mengalami perubahan akibat pengaruh kebijakan, sosial, budaya, dan ekonomi. Dalam hal ini, Kelurahan Kota Maksum 1 dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan kawasan padat penduduk, memiliki keberagaman sosial-budaya, dan aktivitas UMKM yang relatif tinggi namun menghadapi tantangan spesifik seperti keterbatasan modal, literasi digital, dan penguatan daya saing usaha.Teknik pengumpulan data dilakukan melalui **studi literatur dan dokumentasi**. Sumber data terdiri dari buku, jurnal ilmiah, laporan resmi pemerintah, artikel berita daring, serta dokumen statistik daerah yang relevan, baik yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) maupun dari situs resmi Pemerintah Kota Medan dan Kecamatan Medan Kota. Data-data ini digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan UMKM di Kota Maksum 1, termasuk analisis terhadap aspek sosial demografi, jenis usaha dominan, dan potensi ekonomi lokal.

Analisis data dilakukan secara **deskriptif analitis**, yaitu dengan cara mengumpulkan, memilah, mengklasifikasikan, menginterpretasikan, dan menyajikan data dalam bentuk narasi ilmiah yang sistematis. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghasilkan gambaran yang utuh dan objektif terhadap kondisi UMKM setempat serta hubungannya dengan konteks pembangunan nasional melalui visi Indonesia Emas 2045 (Akhadi, 2021).Seluruh proses penelitian ini bersifat non-eksperimental dan tidak menggunakan instrumen kuantitatif, melainkan mengandalkan penelusuran literatur yang mendalam dan analisis kontekstual terhadap kondisi lapangan. Penelitian ini juga mempertimbangkan karakteristik lokal sebagai bagian dari studi mikroekonomi wilayah yang memiliki kontribusi terhadap pembangunan nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Wilayah dan Sosial Ekonomi Kota Maksum 1

Kelurahan Kota Maksum 1 terletak di Kecamatan Medan Kota, yang merupakan salah satu kecamatan strategis di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Kelurahan ini memiliki luas sekitar 3,74 km² dengan jumlah penduduk sekitar **31.200 jiwa**. Penduduk di wilayah ini terdiri dari beragam latar belakang etnis dan agama, dengan dominasi etnis Melayu, Jawa, Batak, dan Tionghoa. Sementara komposisi agama didominasi oleh Islam sekitar 88%, disusul Buddha ±7%, Hindu ±2%, dan lainnya ±3%. Dari sisi pendidikan, sebagian besar penduduk hanya menamatkan jenjang pendidikan dasar dan menengah (SMP dan SMA), dan hanya sebagian kecil yang mengenyam pendidikan tinggi. Hal ini berdampak pada struktur sosial ekonomi masyarakat yang cenderung bergerak di sektor informal. Pekerjaan utama penduduk di wilayah ini adalah pedagang kecil, pengusaha rumahan, buruh harian, dan pelaku UMKM sektor jasa dan kuliner. Dengan karakteristik seperti ini, Kelurahan Kota Maksum 1 sangat cocok dijadikan lokasi studi kasus dalam memahami tantangan dan peluang pengembangan UMKM sebagai salah satu instrumen strategis dalam menyongsong Visi Indonesia Emas 2045.

Potensi dan Kondisi Nyata UMKM di Kota Maksum 1

Kondisi UMKM di Kota Maksum 1 merepresentasikan realitas pelaku usaha kecil di kawasan perkotaan padat di Indonesia. Berdasarkan observasi dan analisis data sekunder, mayoritas pelaku UMKM di wilayah ini merupakan usaha rumah tangga *(home-based business)* yang beroperasi di sektor makanan, jasa cuci, salon rumahan, toko kelontong, warung kopi, dan usaha kecil lainnya. Rata-rata pelaku usaha belum memiliki izin resmi dan tidak terdokumentasi dalam sistem perizinan usaha elektronik. Pengelolaan keuangan dilakukan secara manual, dan pemasaran masih mengandalkan relasi sosial atau pelanggan tetap di sekitar lingkungan tempat tinggal.

Meskipun skalanya kecil, UMKM di Kota Maksum 1 memiliki potensi untuk dikembangkan karena didukung oleh keanekaragaman budaya dan lokasi geografis yang strategis. Kawasan ini berada dekat pusat kota, universitas, rumah sakit, dan fasilitas umum lain yang menjadi sumber konsumen potensial. Namun, potensi tersebut belum dimaksimalkan secara optimal karena berbagai tantangan struktural dan kelembagaan yang akan dijelaskan berikut ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap lima kelompok narasumber, yang semuanya merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kota Maksum 1, dapat disimpulkan bahwa jenis usaha yang dijalankan cukup beragam, namun menghadapi hambatan serupa. Narasumber pertama merupakan pengusaha kuliner rumahan yang memproduksi kue tradisional khas Melayu. Ia mengaku mengalami kesulitan dalam memperluas pasar karena tidak menguasai media digital dan belum pernah memasarkan produknya melalui marketplace. Narasumber kedua adalah pemilik jasa laundry kecil yang tidak memiliki akses ke lembaga pembiayaan karena tidak memiliki legalitas usaha formal dan belum memahami mekanisme pinjaman melalui *peer-to-peer lending*. Narasumber ketiga menjalankan usaha kelontong yang mulai tertekan oleh kehadiran minimarket modern, namun belum memanfaatkan layanan *e-wallet* untuk transaksi harian. Narasumber keempat adalah pengrajin tas *handmade* yang hanya memasarkan produknya melalui pelanggan tetap karena keterbatasan *literasi digital*. Sementara narasumber kelima menjalankan usaha kopi kemasan yang telah mencoba menggunakan media sosial, tetapi belum konsisten dalam promosi online dan masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut.

Dari kelima kelompok narasumber tersebut, diketahui bahwa seluruhnya belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital seperti *e-commerce, e-wallet*, maupun layanan *fintech* lainnya secara optimal. Hambatan utama yang mereka sampaikan meliputi keterbatasan pemahaman digital, rendahnya literasi keuangan, dan tidak adanya pendampingan usaha dari pihak luar. Meskipun demikian, semangat wirausaha mereka tetap tinggi, dan sebagian menyatakan keinginan untuk belajar serta mengembangkan usahanya lebih lanjut apabila mendapatkan akses pelatihan, pembiayaan, dan pendampingan yang terstruktur dari pemerintah atau lembaga terkait.

Distribusi Tantangan UMKM Berdasarkan Wawancara 5 Kelompok Narasumber Di Kota Matsum 1

No	Jenis Usaha	Masalah Utama	Akses Teknologi
1	Kuliner rumahan	Tidak menguasai pemasaran digital	Belum pakai *marketplace*
2	Jasa laundry kecil	Tidak memiliki legalitas usaha, tidak paham pinjaman	Belum pakai *fintech* atau *peer-to-peer lending*
3	Toko kelontong	Tertekan persaingan modern retail	Belum pakai *e-wallet*
4	Kerajinan tangan (tas handmade)	Terbatas pelanggan, tidak promosi online	Tidak pakai media digital sama sekali
5	Kopi kemasan rumahan	Promosi tidak konsisten, pasif	Mulai pakai media sosial, belum maksimal

Diagram di atas menampilkan distribusi tantangan utama yang dihadapi oleh 5 pelaku UMKM di Kelurahan Kota Maksum 1, di mana setiap tantangan mencakup 20% dari total responden. Warna-warna kontras digunakan untuk membedakan masing-masing tantangan:

1. Merah Muda– Tidak menguasai pemasaran digital
2. Biru Muda– Tidak memiliki legalitas usaha / tidak memahami pinjaman
3. Hijau Muda– Tertekan persaingan modern retail
4. Oranye Muda – Tidak promosi online / tidak pakai media digital
5. Ungu Muda– Promosi online tidak konsisten

Setiap pelaku usaha menghadapi hambatan yang berbeda, namun seluruhnya berkaitan erat dengan rendahnya literasi digital dan keuangan. Data ini menunjukkan perlunya intervensi terstruktur seperti pelatihan digital marketing, legalitas usaha, serta pemanfaatan platform teknologi keuangan agar UMKM di wilayah ini mampu bersaing dan berkembang menuju target Visi Indonesia Emas 2045.

Tantangan dan Peluang Strategis UMKM Menuju Indonesia Emas 2045

a. Persaingan Global yang Meningkat
   Di era globalisasi dan pasar terbuka, pelaku UMKM lokal tidak hanya bersaing antar daerah, tetapi juga menghadapi tantangan dari produk luar negeri yang lebih kompetitif. Masuknya produk-produk impor melalui platform *e-commerce* menjadi tekanan besar bagi UMKM dengan sumber daya terbatas. Namun, bagi pelaku UMKM yang mampu mengembangkan produk berbasis budaya lokal, peluang untuk menembus pasar global justru semakin terbuka. Produk-produk seperti makanan khas Melayu, kerajinan tangan, atau desain busana lokal memiliki pasar tersendiri yang jika dikelola dengan baik dapat menjadi keunggulan bersaing. Dalam konteks ini, pelaku usaha dituntut memiliki daya saing tinggi dan mampu melihat tantangan global sebagai peluang ekspansi pasar (Scarborough & Cornwall, 2015; Chien et al., 2024).
b. Transformasi Digital dan E-Commerce
   Teknologi digital merupakan salah satu game changer dalam dunia usaha saat ini. UMKM di Kota Maksum 1 masih banyak yang belum menggunakan teknologi digital, baik untuk pemasaran, pencatatan keuangan, maupun pengelolaan pelanggan. Padahal, teknologi digital seperti media sosial, *marketplace* (Shopee, Tokopedia), serta aplikasi *point of sales* dapat mempercepat pertumbuhan usaha dan menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian Soomro et al. (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan nilai ekonomi dan sosial pelaku UMKM. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi kebutuhan mendesak yang harus difasilitasi oleh pemerintah daerah dan lembaga pendidikan setempat.
c. Akses terhadap Pembiayaan dan Peran *Fintech*
   Akses permodalan masih menjadi hambatan utama bagi UMKM di Kota Maksum 1. Sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki jaminan atau rekam jejak keuangan yang dapat digunakan untuk mengakses pembiayaan perbankan. Di sisi lain, layanan *fintech*

seperti *peer-to-peer lending dan e-wallet* dapat menjadi solusi alternatif pembiayaan. Namun, keterbatasan literasi keuangan membuat pemanfaatan *fintech* belum optimal di wilayah ini. Pemerintah perlu melakukan edukasi dan penguatan literasi keuangan, sebagaimana juga ditegaskan dalam temuan Ningsih et al. (2023), bahwa keterbatasan informasi dan akses layanan keuangan adalah penyebab utama rendahnya pemanfaatan pembiayaan formal di sektor UMKM.

d. Kualitas dan Kompetensi Sumber Daya Manusia
SDM merupakan salah satu tantangan utama bagi pengembangan UMKM di Kelurahan Kota Maksum 1. Minimnya pelatihan, lemahnya pemahaman bisnis, dan rendahnya kemampuan adaptasi teknologi menjadi kendala yang signifikan. Meskipun Indonesia mengalami bonus demografi, kualitas pendidikan belum merata. Data BPS 2023 mencatat hanya sekitar 10% penduduk yang mencapai jenjang pendidikan tinggi, sementara 4,1 juta remaja usia sekolah tidak melanjutkan pendidikan. Kondisi ini menjadi tantangan berat dalam menyiapkan SDM unggul untuk mencapai target-target Visi Indonesia Emas 2045.

e. Dinamika Perilaku Konsumen
Konsumen di era digital mengalami perubahan perilaku yang sangat cepat. Preferensi terhadap belanja online, transaksi digital, dan produk berbasis pengalaman menjadi tren baru. UMKM yang tidak memahami perubahan ini akan tertinggal. Saat ini terdapat tujuh metode pembayaran yang umum digunakan masyarakat Indonesia, termasuk *e-wallet, QRIS, paylater, dan direct debit* (Pramiarsih, 2024). UMKM di Kota Maksum 1 harus mampu menyesuaikan strategi usaha mereka dengan tren konsumen, termasuk penggunaan platform digital dan promosi daring.

UMKM di Kelurahan Kota Maksum 1 memiliki fondasi sosial budaya dan lokasi strategis yang mendukung pengembangan usaha kecil. Namun, potensi ini tidak akan optimal jika tidak dibarengi dengan kebijakan afirmatif dan program pemberdayaan terstruktur. Pemerintah daerah perlu membangun ekosistem kewirausahaan yang inklusif, melalui sinergi antara pelaku usaha, akademisi, sektor keuangan, dan lembaga pelatihan. Digitalisasi, pendampingan usaha, dan peningkatan SDM merupakan tiga pilar utama yang harus diintervensi secara simultan.Studi ini menegaskan bahwa keberhasilan mencapai Visi Indonesia Emas 2045 tidak hanya bergantung pada kebijakan nasional, tetapi juga pada kekuatan ekonomi lokal seperti UMKM di Kota Maksum 1 yang harus diberdayakan, dilatih, dan difasilitasi secara optimal.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di Kelurahan Kota Maksum 1 memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan menjadi salah satu ujung tombak pencapaian Visi Indonesia Emas 2045. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM berada dalam skala mikro dengan keterbatasan modal, teknologi, dan keterampilan manajerial, namun mereka memiliki potensi besar untuk berkembang karena didukung oleh letak geografis yang strategis, keberagaman budaya lokal, dan kebutuhan pasar yang tinggi di kawasan perkotaan padat seperti Kecamatan Medan Kota. Berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kota Maksum 1 antara lain keterbatasan akses pendanaan, rendahnya literasi digital dan keuangan, keterbatasan sumber daya manusia, perubahan perilaku konsumen, serta belum optimalnya kebijakan dan regulasi pemerintah yang berpihak pada usaha kecil. Selain itu, tingkat keberlanjutan usaha juga menjadi tantangan serius karena sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki sistem usaha yang kuat dan berorientasi jangka panjang.Namun demikian, tantangan-tantangan tersebut juga membuka peluang besar jika ditangani dengan pendekatan strategis dan kolaboratif. Digitalisasi usaha, hadirnya fintech sebagai alternatif pembiayaan, serta peluang ekspansi pasar melalui e-commerce dapat menjadi solusi konkret untuk mendorong pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Program nasional seperti *Wirausaha Merdeka*, *Bangga Buatan Indonesia*, serta pelatihan dan pendampingan usaha berbasis komunitas perlu diperluas hingga ke tingkat kelurahan seperti Kota Maksum 1 agar dampaknya lebih nyata.Dengan demikian, diperlukan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, perguruan tinggi, pelaku usaha, serta masyarakat dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan.

Pemberdayaan UMKM secara serius dan terarah akan menjadi kunci penting dalam mewujudkan cita-cita besar Indonesia sebagai negara maju, adil, dan makmur pada tahun 2045.

DAFTAR PUSTAKA

Adriani, D., & Yustini, T. (2021). *Anticipating the demographic bonus from the perspective of human capital in Indonesia*. International Journal of Research in Business and Social Science, 10(6), 141–152. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1377

Akhadi, I. (2021). *Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pemungutan Pajak di Indonesia*. E-Jurnal Akuntansi Trisakti School of Management, 3(2). http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM

Gustika, S., Karona, & Susena, C. (2022). *UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (SN-EMBA), Universitas Dehasen.

Kemenko Perekonomian RI. (2024). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan*. https://www.ekon.go.id

Nikiforou, A. I., Lioukas, S., Chatzopoulou, E. C., & Voudouris, I. (2023). *SMEs' capabilities for durability and opportunity confidence*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 29(5), 1053–1074. https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2021-0939

Ningsih, T. W., Tulasi, D., & Masela, M. Y. (2023). *Investigasi Kualitatif: Menggali Tantangan UKM Indonesia dalam Mengakses Layanan Keuangan*. Sanskara Akuntansi dan Keuangan, 1(3), 120–130. https://doi.org/10.58812/sak.v1.i03

Pramiarsih, E. E. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Deepublish Digital.

Riofita, H., Rifky, M. G., Salamah, L. R., Asrita, R., & Nurzanah, S. (2024). *Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen di Era Digital*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 1(3), 21–26. https://doi.org/10.62017/jemb

Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2015). *Effective Small Business Management* (11th ed.). Pearson.

Soomro, R. B., Memon, S. G., Dahri, N. A., Al-Rahmi, W. M., Aldriwish, K., Salameh, A. A., Al-Adwan, A. S., & Saleem, A. (2024). *The Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation in Pakistan*. Sustainability, 16(17), 7351. https://doi.org/10.3390/su16177351