



## STRATEGI ADAPTIF UMKM KULINER DALAM MENGHADAPI TANTANGAN DIGITALISASI DI KOTA MEDAN

### *ADAPTIVE STRATEGIES OF CULINARY MSMEs IN FACING THE CHALLENGES OF DIGITALIZATION IN MEDAN CITY*

Lokot Muda Harahap<sup>1</sup>, Simon Herbeth Beekham Saragih<sup>2</sup>, Susilo<sup>3</sup>,  
Bintang Pajar Ramadhan<sup>4</sup>, Agil Badawi<sup>5</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email Korespondensi: lokotmudahrp@unimed.ac.id

---

#### Article Info

##### Article history :

Received : 01-10-2025

Revised : 03-10-2025

Accepted : 06-10-2025

Published : 08-10-2025

#### Abstract

*Digital transformation has emerged as a key driver reshaping the global economy, including Indonesia's Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. This study aims to evaluate the effectiveness of adaptive digital strategies among culinary MSMEs in Medan City in response to digitalization challenges, based on a comprehensive literature review. The research employs a qualitative approach using library research methods by analyzing national and international journals from 2023–2025. The findings reveal four main pillars of adaptive strategies: (1) digital marketing implementation to expand market reach, (2) product innovation and differentiation aligned with consumer trends, (3) collaboration with digital platforms and online communities, and (4) managerial transformation through improved digital literacy and human capital. Although digitalization presents major opportunities, challenges remain in literacy, funding, and adaptive capabilities. This study emphasizes the importance of a holistic strategic approach, balancing technology adoption with internal strengths such as creativity, resilience, and management capability.*

**Keywords:** MSMEs, digitalization, adaptive strategy

---

#### Abstrak

Transformasi digital telah menjadi kekuatan utama yang mengubah struktur ekonomi global, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menilai efektivitas strategi digital UMKM kuliner di Kota Medan dalam menghadapi tantangan digitalisasi berdasarkan kajian pustaka terbaru. Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Data diperoleh dari berbagai jurnal nasional dan internasional periode 2023–2025 yang membahas strategi adaptif, digitalisasi, serta daya saing UMKM di era modern. Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat empat pilar utama strategi adaptif UMKM kuliner di Kota Medan, yakni: (1) penerapan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, (2) inovasi produk dan diferensiasi yang relevan dengan tren konsumen, (3) kolaborasi dengan platform digital dan komunitas daring, serta (4) transformasi manajerial melalui peningkatan literasi digital dan kompetensi sumber daya manusia. Meskipun digitalisasi membuka peluang besar, masih terdapat kendala dalam aspek literasi, permodalan, dan kemampuan adaptasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan strategis yang holistik, yang tidak hanya mengandalkan teknologi, tetapi juga memperkuat faktor internal seperti kreativitas dan manajemen.

**Kata kunci:** UMKM, digitalisasi, strategi adaptif



## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk sistem bisnis dan pola konsumsi masyarakat. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam menopang perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), sektor UMKM menyumbang sekitar 61,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Kota Medan, sebagai pusat ekonomi terbesar di Sumatera Utara, memiliki ribuan pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang, terutama kuliner yang kini berhadapan langsung dengan gelombang digitalisasi.

Digitalisasi menghadirkan peluang baru, seperti kemudahan promosi, perluasan pasar, dan efisiensi operasional. Namun, di sisi lain, tantangan digitalisasi juga signifikan, terutama bagi pelaku UMKM kuliner tradisional yang masih terbatas dalam akses teknologi, literasi digital, dan kemampuan manajerial. Menurut Tambunan (2023), sebagian besar UMKM di Indonesia masih berada pada tahap adopsi awal digitalisasi, yang berarti belum sepenuhnya mampu memanfaatkan potensi ekonomi digital secara maksimal.

Manajemen strategi berperan penting dalam konteks ini. Wheelen dan Hunger (2018) mendefinisikan manajemen strategi sebagai seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan jangka panjang. Dalam dunia UMKM, strategi adaptif berarti kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal tanpa kehilangan nilai inti bisnis. Hal ini mencakup inovasi produk, pengelolaan sumber daya yang fleksibel, dan penggunaan teknologi sebagai sarana daya saing.

Penelitian sebelumnya oleh Jurnal Prasetya Mulya (2024) menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang memanfaatkan media sosial secara aktif mengalami peningkatan omzet hingga 35%. Di sisi lain, studi dari Jurnal Wicida (2024) menemukan bahwa penggunaan *content marketing* dan kolaborasi digital menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Namun, kesenjangan digital (*digital divide*) masih menjadi masalah besar (IRJBS Journal, 2024), karena banyak pelaku UMKM belum memiliki keterampilan dasar dalam penggunaan teknologi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun untuk menilai efektivitas strategi adaptif yang digunakan UMKM kuliner di Kota Medan dalam menghadapi tantangan digitalisasi, dengan meninjau dan membandingkan hasil penelitian terkini.

### RUMUSAN MASALAH :

1. Bagaimana bentuk strategi adaptif yang diterapkan UMKM kuliner di Kota Medan dalam menghadapi era digitalisasi?
2. Sejauh mana strategi digital yang diterapkan efektif meningkatkan daya saing UMKM kuliner?
3. Faktor apa saja yang menjadi penghambat utama dalam proses transformasi digital UMKM di Medan?

### TUJUAN PENELITIAN :

Penelitian ini bertujuan untuk menilai efektivitas strategi digital UMKM kuliner di Kota Medan berdasarkan hasil kajian pustaka, sekaligus mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan daya saing di era digital.



Manfaat penelitian:

1. Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai strategi adaptif UMKM di era digitalisasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi acuan bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan di Medan dalam merancang strategi pengembangan bisnis berbasis teknologi.
3. Secara sosial-ekonomi, penelitian ini berkontribusi terhadap upaya pemberdayaan UMKM lokal menuju ekosistem ekonomi digital yang inklusif.

## **TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA KONSEPTUAL**

### **Konsep Manajemen Strategi**

Menurut David (2017), manajemen strategi adalah proses dinamis yang mencakup perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dalam konteks UMKM, proses ini harus mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan tingkat ketidakpastian pasar yang tinggi. Porter (1980) memperkenalkan tiga strategi generik — *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus* — namun pada era digital, konsep ini berkembang menuju strategi adaptif, di mana organisasi harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan eksternal secara cepat dan efisien (Prasetya Mulya, 2024).

### **Strategi Adaptif UMKM di Era Digital**

Strategi adaptif didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan organisasi untuk menyesuaikan operasi bisnis terhadap perubahan lingkungan eksternal tanpa kehilangan identitas organisasi (Tambunan, 2023). Dalam konteks digitalisasi, adaptasi mencakup tiga aspek utama: teknologi, sumber daya manusia, dan model bisnis. Penelitian Wicida (2024) menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang aktif di media sosial memiliki tingkat pertumbuhan pelanggan lebih tinggi dibandingkan yang tidak. Sementara itu, Undiksha (2025) menemukan bahwa digital marketing berbasis komunitas dan kolaborasi lintas platform menjadi faktor penguat keberlanjutan bisnis kuliner lokal.

### **Tantangan Digitalisasi bagi UMKM Kuliner**

Meskipun digitalisasi menawarkan peluang besar, pelaku UMKM kuliner di Medan menghadapi berbagai hambatan struktural dan kultural. Menurut IRJBS Journal (2024), tiga hambatan utama dalam transformasi digital UMKM adalah:

1. Rendahnya literasi digital, di mana pelaku usaha belum memahami cara mengoptimalkan media sosial dan platform digital untuk promosi maupun transaksi.
2. Keterbatasan modal dan akses pembiayaan digital, yang menghambat investasi dalam perangkat teknologi.
3. Kurangnya kesiapan manajerial dan sumber daya manusia, terutama dalam hal analisis data dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi.

Faktor tambahan yang cukup spesifik untuk wilayah Medan adalah budaya usaha yang masih berorientasi konvensional. Banyak pelaku UMKM kuliner yang masih mengandalkan promosi mulut ke mulut dan enggan mengadopsi teknologi karena dianggap rumit atau mahal.



Padahal, menurut Wheelen dan Hunger (2018), keberhasilan strategi adaptif sangat tergantung pada *learning organization* kemampuan organisasi untuk belajar dari perubahan lingkungan.

### **Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan tinjauan literatur, penelitian ini menyusun model konseptual strategi adaptif UMKM kuliner di Kota Medan dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Kerangka ini mengelompokkan temuan menjadi empat pilar utama strategi adaptif, yaitu:

1. Pemasaran Digital (Digital Marketing Adaptation)  
Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform *food delivery* (GoFood, ShopeeFood) untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan penjualan.
2. Inovasi Produk (Product Innovation)  
Pengembangan produk baru, penyesuaian varian rasa, kemasan, dan branding yang mengikuti tren konsumen modern.
3. Kolaborasi dan Jaringan Digital (Digital Collaboration)  
Kemitraan strategis dengan komunitas daring, platform digital, serta kerja sama antar-UMKM untuk memperkuat jaringan distribusi dan promosi.
4. Transformasi Manajerial (Managerial Transformation)  
Peningkatan kompetensi SDM, literasi digital, dan kemampuan kepemimpinan berbasis teknologi.

Model konseptual ini merefleksikan hubungan antara faktor internal (inovasi dan manajemen) dan faktor eksternal (digitalisasi dan kolaborasi) yang berpengaruh terhadap keberhasilan adaptasi UMKM kuliner di era digital.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menafsirkan secara mendalam berbagai temuan empiris dan teoretis terkait strategi adaptif UMKM tanpa melakukan pengumpulan data lapangan. Menurut Zed (2014), penelitian kepustakaan adalah kegiatan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan untuk memperoleh pemahaman konseptual dan temuan yang dapat disintesis menjadi kerangka analisis baru.

#### **Sumber Data dan Teknik Pengumpulan**

Data penelitian berasal dari jurnal ilmiah nasional dan internasional open access, laporan pemerintah, dan publikasi akademik lain yang relevan dengan tema digitalisasi dan UMKM kuliner. Kriteria pemilihan sumber meliputi:

1. Terbit antara tahun 2023–2025 untuk memastikan keterbaruan informasi.
2. Membahas topik strategi manajemen, inovasi, dan digitalisasi UMKM.
3. Terpublikasi di platform terverifikasi seperti Garuda, DOAJ, ResearchGate, dan portal jurnal universitas.



Dari hasil penelusuran, terpilih 10 sumber utama yang dijadikan bahan analisis perbandingan, seperti Jurnal Prasetya Mulya (2024), Jurnal Wicida (2024), Jurnal Undiksha (2025), dan IRJBS (2024).

### **Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan dengan model analisis tematik komparatif, melalui empat tahap:

#### 1. Identifikasi Tema

Mengelompokkan topik penelitian berdasarkan fokus (pemasaran digital, inovasi, kolaborasi, manajemen).

#### 2. Klasifikasi Hasil Temuan

Mencatat kesamaan dan perbedaan hasil antar sumber.

#### 3. Analisis Komparatif

Membandingkan efektivitas strategi berdasarkan konteks wilayah dan sektor.

#### 4. Sintesis dan Penarikan Kesimpulan

Menyusun model konseptual strategi adaptif berdasarkan hasil analisis literatur.

### **Validitas dan Keabsahan Data**

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber (perbandingan antarjurnal), audit referensi (pemeriksaan keaslian sumber dan DOI), serta analisis berulang (iteratif) untuk memastikan konsistensi interpretasi. Pendekatan ini mengikuti anjuran Miles dan Huberman (2014) dalam analisis data kualitatif: *data condensation, data display, and conclusion drawing*.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM kuliner di Kota Medan telah mulai beradaptasi dengan perubahan digital, namun efektivitasnya bervariasi tergantung pada faktor internal dan eksternal usaha. Dari hasil perbandingan literatur, ditemukan empat kecenderungan utama strategi adaptif yang paling menonjol.

#### **Pemasaran Digital sebagai Strategi Utama**

Hampir semua sumber literatur menegaskan bahwa pemasaran digital merupakan strategi paling dominan dan efektif dalam adaptasi UMKM kuliner di era digital. Menurut Jurnal Prasetya Mulya (2024), pelaku UMKM yang memanfaatkan media sosial secara aktif, khususnya Instagram dan TikTok, mengalami peningkatan omzet hingga 30–40%. Media sosial memungkinkan pelaku usaha berinteraksi langsung dengan konsumen melalui konten visual seperti video masak, testimoni, dan promosi diskon.

Namun, efektivitas pemasaran digital sangat bergantung pada konsistensi dan kreativitas konten. UMKM yang hanya sekadar hadir di platform digital tanpa strategi konten yang kuat tidak mengalami peningkatan signifikan. Karena itu, diperlukan *content strategy* yang berfokus pada *brand storytelling* — misalnya menonjolkan identitas lokal kuliner Medan yang unik.

#### **Inovasi Produk dan Diferensiasi**

Penelitian di Jurnal Wicida (2024) menekankan bahwa inovasi berkelanjutan menjadi kunci mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan digital. UMKM kuliner yang cepat beradaptasi dengan tren seperti makanan Korea, kopi literan, dan *healthy food* lebih mudah menarik



konsumen muda yang aktif di media sosial. Dalam konteks teori Porter (1980), strategi ini mencerminkan diferensiasi, di mana keunggulan kompetitif dicapai melalui keunikan produk, bukan harga. Namun, inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk baru; terkadang modifikasi kecil yang relevan dengan selera pasar sudah cukup, misalnya memperbarui desain kemasan atau menambahkan label “halal” dan “ramah lingkungan”.

### Kolaborasi dan Jaringan Digital

Kolaborasi digital menjadi pilar ketiga strategi adaptif UMKM kuliner. Penelitian oleh Undiksha (2025) dan IRJBS (2024) menemukan bahwa kerja sama dengan *platform* besar seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood memudahkan UMKM menjangkau pasar lebih luas tanpa biaya tinggi. Selain itu, keterlibatan dalam komunitas digital seperti grup *WhatsApp* dan forum kuliner lokal membantu pelaku usaha bertukar informasi dan membangun kolaborasi promosi.

Dalam konteks manajemen strategi, kolaborasi ini disebut *strategic alliance*, yaitu hubungan kerja sama nonkompetitif untuk memperkuat posisi pasar (Kotler & Keller, 2016). Bagi UMKM kuliner di Medan, kolaborasi semacam ini juga memperkuat citra merek lokal dan menumbuhkan *customer engagement* melalui komunitas digital.

### Transformasi Manajerial dan Literasi Digital

Tambunan (2023) menyebut bahwa faktor utama kegagalan digitalisasi UMKM bukanlah teknologi, melainkan keterbatasan kapasitas manajerial. Banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengelola stok, arus kas, dan pelayanan pelanggan secara efektif meskipun sudah aktif di platform digital. Oleh karena itu, strategi adaptif harus disertai transformasi manajerial melalui pelatihan literasi digital, pengelolaan keuangan, dan pengembangan kepemimpinan berbasis data.

Dalam konteks teori *Dynamic Capability* (Teece, 2007), kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar hanya dapat dicapai jika organisasi mampu mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi internalnya. Dengan demikian, peningkatan literasi digital bukan hanya pelengkap, tetapi fondasi utama adaptasi strategis di era digitalisasi.

### Analisis Komparatif Hasil Penelitian:

No.	Sumber	Fokus Utama	Strategi Adaptif	Hasil Utama
1	Prasetya Mulya (2024).	Pemasaran Digital.	Media sosial, konten kreatif.	Omzet naik 35%
2	Wicida (2024).	Inovasi Produk.	Diferensiasi rasa, kemasan.	Peningkatan loyalitas pelanggan.
3	Undiksha (2025).	Kolaborasi Digital.	Kerja sama <i>platform</i> .	Citra merek meningkat.
4	IRJBS (2024).	Hambatan Digitalisasi.	Literasi rendah.	Ketimpangan digital signifikan.
5	Tambunan (2023).	Manajerial Adaptif.	Literasi dan pelatihan.	Efektivitas digitalisasi meningkat.

Tabel di atas memperlihatkan bahwa keberhasilan strategi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga kesiapan manajerial dan kemampuan adaptif dari pelaku usaha.



## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi faktor penentu dalam keberlangsungan usaha UMKM kuliner di Kota Medan. Berdasarkan hasil kajian pustaka, efektivitas strategi adaptif UMKM bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan teknologi dengan kondisi internal bisnis mereka. Empat pilar utama strategi adaptif yang ditemukan meliputi pemasaran digital, inovasi produk, kolaborasi digital, serta transformasi manajerial melalui peningkatan literasi dan kompetensi sumber daya manusia.

Pemasaran digital berperan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi promosi, sementara inovasi produk dan diferensiasi menjaga relevansi usaha di tengah perubahan selera konsumen. Kolaborasi digital memungkinkan UMKM memperkuat jejaring dan memperluas peluang pasar, sedangkan transformasi manajerial menjadi fondasi penting dalam memastikan keberlanjutan adaptasi digital. Meskipun begitu, hambatan seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan kurangnya kesiapan SDM masih menjadi kendala utama. Oleh karena itu, strategi adaptif yang efektif harus menyeimbangkan pemanfaatan teknologi dengan penguatan kapasitas internal dan daya inovasi pelaku UMKM.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan oleh berbagai pihak untuk memperkuat kemampuan adaptasi UMKM kuliner di Kota Medan dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

1. Bagi pelaku UMKM kuliner, perlu peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital, inovasi produk, dan pengelolaan usaha berbasis teknologi agar transformasi digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menjadi budaya bisnis yang kreatif dan berkelanjutan.
2. Bagi pemerintah daerah, disarankan untuk membentuk pusat pelatihan dan pendampingan digital yang fokus pada pengembangan kapasitas pelaku UMKM, peningkatan literasi digital, serta penyediaan akses pembiayaan berbasis teknologi.
3. Bagi akademisi dan lembaga pendidikan, penting untuk berperan aktif dalam memberikan pelatihan, riset terapan, serta model pengabdian masyarakat yang dapat membantu UMKM beradaptasi dengan ekosistem digital.
4. Bagi sektor swasta dan platform digital, diharapkan adanya kolaborasi lebih luas melalui program promosi bersama dan dukungan algoritma yang adil, sehingga UMKM kecil mendapatkan kesempatan yang sama untuk tumbuh di platform daring.

Dengan penerapan saran-saran tersebut secara terarah dan berkelanjutan, UMKM kuliner di Kota Medan diharapkan mampu memperkuat daya saing, berinovasi secara berkelanjutan, dan menjadi motor penggerak utama ekonomi kreatif di tingkat lokal maupun nasional.

### **DAFTAR PUSTAKA**

David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson.

IRJBS Journal. (2024). *The Impact of the Digital Divide on MSMEs' Productivity in Indonesia*.

Jurnal Prasetya Mulya. (2024). *Manfaat Aktivasi Digitalisasi pada Pendapatan UMKM*.



Jurnal Sebatik Wicida. (2024). *Strategi Pengembangan UMKM Berdasarkan Analisis SWOT*.

Jurnal Undiksha. (2025). *Digitalisasi Marketing UMKM Pangan Lokal Desa*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE.

Tambunan, T. (2023). *Digitalisasi dan Ketahanan UMKM di Indonesia*. LP3ES.

Teece, D. J. (2007). *Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance*. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson.

Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.