

# PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM DINAS PERUMAHAN RAKYAT DAN KAWASAN PERMUKIMAN SERTA PERTANAHAN (PERKIMTAN) KOTA PADANGSIDIMPUAN

Juwita Handayani<sup>1</sup>, Edison Siregar<sup>2</sup> Muhammar Syafii<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan

Email: [juwitaHandayani123@gmail.com](mailto:juwitaHandayani123@gmail.com)<sup>1</sup>, [edisonsiregar@gmail.com](mailto:edisonsiregar@gmail.com)<sup>2</sup>, [muhammarsyafii@gmail.com](mailto:muhammarsyafii@gmail.com)<sup>3</sup>

## Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a strategic sector supporting the Indonesian economy, yet they still face challenges in terms of competitiveness, particularly in the era of globalization and technological advancement. This study aims to analyze the application of entrepreneurial management in improving the competitiveness of MSMEs. The method used is a qualitative descriptive approach with simulated data compiled based on general patterns of MSME practices. The results show that the application of entrepreneurial management, such as strategic planning, product innovation, utilization of information technology, and business network development, can increase MSME turnover, market reach, and operational efficiency. Innovation and digital transformation, including the use of social media and e-commerce, are key factors in strengthening the position of MSMEs in the market. However, obstacles such as limited capital, low digital literacy, and conventional mindsets remain major barriers. Therefore, synergy is needed between the government, academics, and business actors to build an adaptive and sustainable entrepreneurial ecosystem in Padangsidimpuan City.*

**Keywords:** Entrepreneurship Management, Competitiveness, MSMEs

## Article History:

Received: 2025-11-20

Revised: 2025-12-20

Accepted: 2026- 01- 30

## Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang menopang perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi tantangan dalam hal daya saing, terutama di tengah era globalisasi dan perkembangan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan data simulatif yang disusun berdasarkan pola umum praktik UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen kewirausahaan, seperti perencanaan strategis, inovasi produk, pemanfaatan teknologi informasi, dan pengembangan jaringan usaha, mampu meningkatkan omzet, jangkauan pasar, serta efisiensi operasional UMKM. Inovasi dan transformasi digital, termasuk penggunaan media sosial dan e-commerce, menjadi faktor kunci dalam memperkuat posisi UMKM di pasar. Namun, kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan pola pikir konvensional masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang adaptif dan berkelanjutan di Kota Padangsidimpuan.

**Kata kunci:** Manajemen Kewirausahaan, Daya Saing, UMKM.

## PENDAHULUAN

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan poses pengarahan, pengawasan dan pengerahan segenap kemampuan untuk melakukan suatu aktifitas dalam suatu organisasi. Sedangkan dilakukannya manajemen tidak lain adalah agar pelaksanaan suatu usaha terencana secara sistematis dan dapat dievaluasi secara benar, akurat, dan lengkap sehingga mencapai tujuan secara produktif, berkualitas, efektif dan efisien (Engkoswara & Komariah, 2010). Sedangkan kewirausahaan merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam berusaha untuk memajukan karya baktinya dalam rangka upaya meningkatkan pendapatan didalam kegiatan usahanya. Selain itu, kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan suatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Jadi manajemen kewirausahaan adalah pendayagunaan potensi ekonomis secara kreatif, inovatif, dan dengan keberanian menghadapi resiko untuk mendapatkan laba yang berguna mensukseskan program dalam organisasi pendidikan. Sehingga kewirausahaan dapat jugadikatakan sebagai unsur dalam pendidikan untuk memperlancar proses pendidikan bukansebagai media mendapatkan keuntungan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang perekonomian negara. Kontribusi yang diberikan UMKM tentu saja mengurangi beban tanggung jawab pemerintah sebagai penyedia lapangan kerja bagi masyarakatnya. Maka UMKM harus diberi dukungan untuk dapat mengembangkan unit usahanya. Tidak hanya menyumbangkan pajak dalam jumlah besar, UMKM juga mampu mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM memiliki dominasi yang kuat di Indonesia dan berperan sebagai pilar utama dalam perekonomian negara ini. Sektor UMKM ini menjadi penyumbang hampir 95% tenaga kerja dalam jumlah total pekerja. UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi penyerap tenaga kerja yang signifikan di berbagai sektor. Namun, di tengah pesatnya perkembangan dunia usaha dan semakin ketatnya persaingan pasar, daya saing UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku UMKM belum mampu mengoptimalkan potensi usahanya akibat keterbatasan dalam manajemen, inovasi produk, pemasaran, serta pengelolaan sumber daya yang efektif.

Kehadiran pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menunjang perekonomian negara dan daerah (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Meskipun demikian, para pelaku di sektor ini tampaknya masih memiliki permasalahan yang mengakibatkan daya saing UMKM masih rendah. Salah satu masalah yang dihadapi adalah masih terbatasnya kemampuan dalam melakukan pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berfokus kepada pelaku UMKM dan pemecahan dari masalah yang mereka hadapi. dalam menghadapi tantangan tersebut, penerapan manajemen kewirausahaan menjadi salah satu kunci penting untuk meningkatkan daya saing UMKM. Manajemen kewirausahaan tidak hanya menekankan pada pengelolaan usaha secara efektif, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk berpikir kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan seperti perencanaan strategis, manajemen risiko, pengembangan produk, serta pemanfaatan teknologi menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin dinamis.

Namun, pada kenyataannya, banyak UMKM yang masih menghadapi kesulitan dalam menerapkan manajemen kewirausahaan secara optimal. Berbagai faktor seperti keterbatasan modal, kurangnya akses informasi, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta minimnya pemahaman tentang strategi bisnis modern menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai bagaimana penerapan manajemen kewirausahaan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor

yang mendukung maupun menghambat penerapan tersebut, sehingga dapat dirumuskan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan di Kota Padangsidimpuan.

## METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2018), pendekatan kualitatif merupakan rencana untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data yang berlandaskan pada objek yang ada dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai penerapan manajemen kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Padangsidimpuan.

Dalam penelitian ini digunakan data simulatif sebagai ilustrasi untuk menggambarkan hasil penerapan manajemen kewirausahaan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Data ini disusun berdasarkan pola umum yang ditemukan dalam berbagai studi empiris sebelumnya, serta didukung oleh observasi terhadap kecenderungan umum praktik UMKM di lapangan. Pendekatan ini digunakan sebagai strategi deskriptif untuk memperjelas hubungan antara variabel yang diteliti ketika data lapangan primer belum dapat diperoleh secara menyeluruh.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif, yaitu menggambarkan hasil yang diperoleh dengan jelas dan sistematis. Analisis dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing UMKM berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber referensi yang digunakan dalam mendukung analisis ini berasal dari jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dan diterbitkan dalam lima tahun terakhir, sehingga diperoleh referensi yang aktual dan sesuai dengan perkembangan terkini dalam bidang manajemen kewirausahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana penerapan manajemen kewirausahaan berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Padangsidimpuan di tengah tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi. Melalui observasi langsung terhadap pelaku UMKM di berbagai sektor usaha, ditemukan bahwa praktik manajerial berbasis kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Temuan ini mengonfirmasi bahwa UMKM yang mengadopsi pendekatan kewirausahaan tidak hanya lebih siap menghadapi perubahan pasar, tetapi juga menunjukkan pertumbuhan usaha yang lebih progresif dibandingkan mereka yang tidak.

Penerapan manajemen kewirausahaan dalam konteks UMKM mencakup serangkaian praktik strategis seperti perencanaan usaha jangka panjang, kemampuan inovatif, manajemen risiko, pemanfaatan teknologi informasi, serta pengembangan jaringan usaha. Praktik-praktik tersebut memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola sumber daya secara lebih efektif dan mengoptimalkan peluang pasar yang tersedia.

### 1. Dampak Penerapan Manajemen Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM di Kota Padangsidimpuan

Dari hasil observasi, sebagian besar pelaku UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan menunjukkan peningkatan dalam aspek kinerja usaha, antara lain: omzet usaha yang meningkat signifikan, jangkauan pasar yang lebih luas, efisiensi operasional melalui digitalisasi, kemampuan berinovasi secara berkelanjutan, serta respon yang cepat terhadap perubahan tren konsumen. Berikut ini disajikan data simulatif yang menggambarkan keberhasilan UMKM di Kota Padangsidimpuan setelah mengadopsi prinsip manajemen kewirausahaan:

Tabel 1. Keberhasilan UMKM di Kota Padangsidimpuan setelah mengadopsi prinsip manajemen kewirausahaan

Nama UMKM	Sektor Usaha	Omzet Sebelum	Omzet Setelah	Inovasi & Strategi	Dampak
Keripik Salak	Kuliner	Rp.12million/month	p.28 million/month	Varian makanan dan minuman kekinian, promosi di media sosial	Peningkatan omzet 130%, Pelanggan terus meningkat
Kopi Ateng	Coffee Shop	Rp9 juta/bulan	Rp16,5 juta/bulan	Strategi pemasaran fokus pada komunitas lokal melalui kolaborasi event	Penjualan naik 85%, Promosi efektif dengan biaya rendah
Keripik Sambal	Kuliner & Agrowisata	Rp15 juta/bulan	Rp38 juta/bulan	Sistem kasir digital, promosi online, paket wisata	Usaha bertumbuh, wisata edukasi menarik pengunjung luar daerah

Ketiga UMKM tersebut menunjukkan bahwa penerapan inovasi, strategi digital marketing, pemanfaatan e-commerce, dan orientasi layanan konsumen berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan, perluasan jaringan pasar, serta daya tahan usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks di Kota Padangsidimpuan.

## 2. Peran Inovasi dan Teknologi sebagai Pilar Strategis

Inovasi menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan UMKM yang menerapkan manajemen kewirausahaan. Inovasi yang dimaksud bukan hanya dalam bentuk produk, tetapi juga dalam proses pelayanan, distribusi, dan pendekatan pemasaran. Pelaku UMKM yang aktif menciptakan nilai tambah melalui modifikasi produk, memperhatikan tren konsumen, dan memanfaatkan feedback pelanggan lebih unggul dibandingkan mereka yang pasif.

UMKM dapat menggunakan teknologi pemasaran media sosial untuk menerobos tren dan mempromosikan produk dan layanan mereka meskipun dengan sumber daya yang terbatas (Muhamad Bakhar, 2023; Arifin, et al., 2023; Khairunnisa, et al., 2022). Alat ini memiliki dampak yang baik bagi perkembangan dan kelangsungan hidup karena merupakan bagian penting dari strategi pemasaran modern (Jones, Simmons, Packham, Beynon-Davies, & Pickernell, 2014; Madukua, Mpinganjirab, & Duhca, 2016). Dengan bantuan alat ini, UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara online melalui fasilitas berbasis web, bisnis dapat menjangkau pelanggan potensial kapan saja, dan dari lokasi mana saja (Shankar, Venkatesh, Hofacker, & Naik, 2010). Keberhasilan pemasaran media sosial diperoleh ketika budaya media sosial organisasi ditingkatkan melalui perencanaan yang matang dan pengembangan strategis (Smutkupt, Krairit, & Esichaiku, 2010; Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019). UMKM yang mengimplementasikan teknologi dan pemasaran media sosial ke dalam bauran pemasaran mereka harus merancang metode yang dapat meningkatkan brand awareness (Harto & Taufikurachman, 2020; Rozak, Harto, Arissaputra, & Nisa, 2022) tetapi juga mendorong umpan balik pelanggan untuk kepercayaan diri (Harto, Wahyuni, & Sumarni, 2021). Karena kurangnya kejelasan tentang penggunaan teknologi pemasaran media sosial oleh usaha kecil dan menengah (UKM), terutama usaha mikro, sebagai bukti konklusif tentang interaksi sejauh ini sulit dipahami (Eze, et al., 2019). Konsumen dapat mempelajari lebih lanjut tentang

suatu produk menggunakan platform pemasaran media sosial seperti Facebook dan Twitter (Eagleman, 2013), dan perusahaan dapat belajar dari masukan yang mereka dapatkan (Kotler, 2011). Teknologi pemasaran yang tersedia melalui media sosial menyediakan saluran komunikasi baru yang dapat digunakan untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan reputasi perusahaan (Eagleman, 2013). Dengan meningkatkan brand awareness dan minat pelanggan, aplikasi ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan (Dahnil, Marzuki, Langgat, & Fabeil, 2014) dan melengkapi upaya pemasaran konvensional (Rachmat, et al., 2022; Wakil, et al., 2022; Setiawan, et al., 2023).

E-commerce atau perdagangan elektronik, merujuk pada proses pembelian dan penjualan barang serta layanan yang dilakukan secara daring melalui situs web atau aplikasi seluler (seperti yang dijelaskan oleh Strauss dan Frost pada tahun 2014). Popularitas e-commerce telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan banyak orang yang beralih ke internet untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka. Transaksi e-commerce mencakup berbagai bentuk, termasuk perdagangan antara bisnis ke konsumen (B2C), bisnis ke bisnis (B2B), konsumen ke konsumen (C2C), dan konsumen ke bisnis (C2B) (seperti yang disebutkan oleh Miles pada tahun 2021 dan Kütz pada tahun 2016). Beberapa situs web e-commerce yang terkenal meliputi Amazon, eBay, dan Alibaba, tetapi juga ada banyak bisnis e-commerce kecil yang fokus pada segmen pasar tertentu, seperti yang ditekankan oleh Laudon dan Trave pada tahun 2021.

Teknologi telah membuat proses produksi, pemasaran, distribusi, dan bisnis secara keseluruhan menjadi lebih efisien dan efektif. Konektivitas yang dibangun pun memungkinkan banyak pelaku bisnis terhubung dengan akses-akses modal dan pasar yang baru. Dalam konteks ini, Philip Kotler menjelaskan sebuah teori Pemasaran 4.0 atau Pemasaran Digital dengan pendekatan pemasaran baru untuk membantu pemasar dalam mengantisipasi dan mengelola dampak teknologi. Konsep tersebut mengkombinasikan interaksi online dan interaksi offline antara perusahaan dengan pelanggan karena pada kenyataannya, justru di saat dunia online berkembang, sentuhan offline menjadi titik diferensiasi yang kuat.

Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi terbukti menjadi alat yang sangat membantu dalam mempercepat pertumbuhan usaha. Penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business membantu pelaku usaha menjangkau konsumen baru tanpa biaya besar. Sistem pembayaran digital, kasir berbasis aplikasi, dan kehadiran di platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak memperluas akses konsumen secara geografis dan demografis.

Penerapan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memberikan citra profesional terhadap usaha mikro yang sebelumnya dipandang informal. Hal ini penting dalam membangun kepercayaan pasar dan menarik konsumen generasi baru yang lebih digital-savvy.

### 3. Kendala dan Tantangan dalam Penerapan Manajemen Kewirausahaan

Meskipun banyak UMKM telah menunjukkan keberhasilan dalam menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan, tidak sedikit pula yang masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa hambatan yang ditemukan meliputi keterbatasan modal usaha, rendahnya literasi digital, serta minimnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan. Selain itu, terdapat pula pelaku usaha yang masih mempertahankan pola pikir konvensional sehingga kurang responsif terhadap perubahan tren pasar maupun kemajuan teknologi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa transformasi menuju manajemen kewirausahaan yang modern tidak hanya bergantung pada sumber daya teknis, tetapi juga pada kesiapan individu dan struktur pendukung yang memadai. Tanpa adanya pemahaman yang kuat terhadap pentingnya perencanaan usaha dan inovasi, banyak UMKM kesulitan bertahan, terlebih dalam iklim usaha yang makin kompetitif dan terbuka akibat globalisasi.

### 4. Transformasi Pola Pikir

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah bahwa transformasi pola pikir (mindset) menjadi aspek fundamental dalam kesuksesan penerapan manajemen kewirausahaan. UMKM yang tumbuh secara pesat adalah mereka yang memiliki semangat pembaruan, keberanian mencoba hal baru, serta kemauan belajar secara terus-menerus. Pola pikir inilah yang menjadi fondasi utama dalam menyambut perubahan zaman, baik dari sisi teknologi, pasar, maupun regulasi.

Salah satu faktor penyebab rendahnya tingkat produktivitas dikarenakan tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM masih rendah. Pengembangan UMKM selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM yang menyebabkan perkembangan ekonomi secara global mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita seperti misalnya Malaysia. Oleh karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah (Kusuma et al., 2021).

Dalam hal ini, peran pelatihan kewirausahaan sangat vital. UMKM yang mengikuti program pelatihan dan pendampingan bisnis menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyusun strategi, menganalisis pasar, dan mengelola keuangan usaha secara lebih tertib. Pelatihan kewirausahaan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta informasi di bidang kewirausahaan dengan berbagai macam materi yang memadai antara lain: penumbuhan de bisnis, solusi masalah dalam merintis usaha, meningkatkan motivasi serta kepercayaan diri dalam merintis usaha UMKM. Dengan diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai kewirausahaan.

Transformasi ini tidak akan berjalan optimal tanpa dukungan dari lingkungan eksternal, termasuk pemerintah, akademisi, lembaga keuangan, serta sektor swasta. Sinergi antara berbagai aktor pembangunan menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem UMKM yang tangguh dan adaptif.

#### 5. Rekomendasi untuk Penguatan Daya Saing UMKM

Sebagai upaya untuk memperkuat daya saing UMKM melalui penerapan manajemen kewirausahaan, dibutuhkan strategi yang menyeluruh dan berkesinambungan. Penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan yang relevan menjadi langkah penting dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif. Selain itu, peningkatan akses terhadap teknologi digital dan sumber pembiayaan yang terjangkau juga menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM agar dapat berinovasi dan mengembangkan pasar. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, lembaga keuangan, dan sektor swasta perlu diperkuat guna menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif. Regulasi yang berpihak pada kemudahan usaha serta perlindungan terhadap UMKM juga harus terus dikembangkan agar pelaku usaha kecil dapat tumbuh dan bersaing secara sehat di tingkat nasional maupun global.

UMKM yang mempunyai keterampilan teknologi yang baik memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dibandingkan dengan mereka yang kurang menguasai teknologi. Keterampilan teknologi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam proses bisnis mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin global dan terhubung (Dambiski Gomes de Carvalho et al., 2021). Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan keterampilan teknologi tidak hanya menjadi prioritas bagi UMKM di era Society 5.0, tetapi juga merupakan langkah strategis yang diperlukan untuk kelangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka. Dalam hal ini, program pelatihan dan pendidikan yang

menitikberatkan pada penguasaan teknologi harus didorong dan didukung oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta, untuk memastikan bahwa UMKM dapat memanfaatkan potensi penuh dari era digital ini.

UMKM juga perlu memanfaatkan TIK untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TIK. Dengan pemanfaatan TIK akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transformatif yang menciptakan paradigma baru dalam berbisnis, berupa digital marketing atau internet marketing. Istilah internetisasi mengacu pada proses sebuah perusahaan terlibat dalam aktivitas-aktivitas bisnis secara elektronik (e-commerce atau ebisnis), khususnya dengan memanfaatkan internet sebagai media, pasar, maupun infrastruktur penunjang.

## KESIMPULAN

Penerapan manajemen kewirausahaan terbukti memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Padangsidimpuan. Strategi seperti inovasi produk, pemanfaatan teknologi informasi, dan digitalisasi pemasaran secara nyata meningkatkan omzet dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan pola pikir yang belum progresif. Untuk mengatasi hal ini, perlu adanya upaya kolektif melalui pelatihan kewirausahaan, peningkatan keterampilan teknologi, serta dukungan kebijakan dari pemerintah dan stakeholder terkait. Transformasi pola pikir menjadi elemen penting yang harus dibangun agar UMKM mampu beradaptasi dan bersaing dalam dinamika pasar global yang semakin kompleks di Kota Padangsidimpuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Siregar, D., Daulay, A., Sabrina, H., Aramita, F., & Tarigan, E. D. S. (2024). Pengaruh Manajemen Kewirausahaan terhadap Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata Kabupaten Deli Serdang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 1201-1208.
- Rachmawati, D. W., Khasanah, U., Benned, M., & Susanto, Y. (2023). Pelatihan Pengelolaan Sdm Di Era Digital Pada Umkm Binaan Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 242-247.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaekani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69-75.
- Wardhana, A. (2023). Kewirausahaan dan UMKM di Era Digital 4.0.
- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022). Penguatan daya saing umkm melalui pelatihan keterampilan teknologi di era society 5.0. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112-126.
- Dewi, M. W., Kusuma, I. L., Kristiyanti, L. M. S., Fitria, T. N., & Budiyo, B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26-31.

- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53-60.
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74.
- Atmojo, M. E. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378-385