Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Teknologi
Volume. 2, Nomor. 1, Maret 2025
E-ISSN .: 3047-8979; P-ISSN .: 3047-3020, Hal 57-68
DOI: https://doi.org/10.61132/jumaket.v2i3.877
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMAKET

Potensi *Small Business* dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Studi Kasus Usaha Minuman Nay -Nay Kota Medan

Salsa Zuhriana Nasution[1*], Melissa Angelina Multi Silalahi[2], Emi Angelina Sinambela[3], Rifqi fauzi[4], Dionisius Sihombing [5], Fadli Agus Triansyah[6]
[1-5] Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia
[6] Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Medan, Indonesia
**Penulis Korespondensi: Sn594456@gmail.com* [1]

Abstract. *This study aims to analyze the potential of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in enhancing the local economy through a case study of the Nay-Nay beverage business in Medan City. The research focuses on the contributions of MSMEs to job creation, income generation, improvement of purchasing power, development of local human resource skills, and the involvement of the local community in supply chain activities. A qualitative approach with a descriptive case study design was employed, utilizing semi-structured interviews, participant observation, and documentation analysis for data collection. The findings indicate that Nay-Nay plays a significant role in strengthening the local economic structure. The business creates employment opportunities for the surrounding community, increases household income, and contributes to the development of workforce competencies relevant to the food and beverage service industry. Moreover, the inclusion of local suppliers in the procurement of raw materials and distribution processes generates a multiplier effect that stimulates the local business ecosystem. Nonetheless, the enterprise faces notable challenges such as limited access to capital, price volatility of raw materials, and intense market competition. Overall, this study affirms that MSMEs are crucial drivers of inclusive and sustainable economic development and highlights the need for policy interventions that enhance managerial capacity and improve access to financing for small business actors.*

Keywords*: Community Empowerment; Employment; Local Economy; Medan City; Msmes.*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mendorong peningkatan perekonomian masyarakat lokal melalui studi kasus pada usaha minuman Nay-Nay di Kota Medan. Fokus kajian mencakup kontribusi UMKM terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat, pengembangan keterampilan sumber daya manusia, serta integrasi masyarakat lokal dalam rantai pasok usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif, yang melibatkan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Nay-Nay berperan signifikan dalam memperkuat struktur ekonomi lokal. Usaha ini memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar, mendorong peningkatan pendapatan rumah tangga, serta berkontribusi terhadap pengembangan keterampilan kerja yang relevan dengan kebutuhan industri jasa makanan dan minuman. Selain itu, pelibatan masyarakat lokal dalam penyediaan bahan baku dan distribusi produk menciptakan efek ekonomi berantai yang memperkuat ekosistem bisnis lokal. Namun demikian, UMKM ini juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses modal, fluktuasi harga bahan baku, dan tekanan persaingan pasar yang tinggi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa UMKM memiliki peran vital dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, serta merekomendasikan pentingnya intervensi kebijakan yang mendukung peningkatan kapasitas manajerial dan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM.*

Kata kunci: Ekonomi Lokal; Ketenagakerjaan; Kota Medan; Pemberdayaan Masyarakat; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Perekonomian suatu bangsa tidak hanya ditopang oleh sektor industri besar dan investasi asing, tetapi juga oleh peran penting small business atau usaha kecil yang berakar kuat di tengah masyarakat (Munthe et al, 2023). Secara global, usaha kecil dan menengah (UMKM) terbukti menjadi penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja baru, memperkuat daya saing, serta menumbuhkan ketahanan ekonomi masyarakat (Susila, 2017). Menurut data World Bank

Naskah Masuk: 15 Agustus 2025; Revisi: 30 Agustus 2025; Diterima: 28 September 2025; Terbit: 30 September 2025

(2022), UMKM berkontribusi lebih dari 90% terhadap jumlah total unit usaha dan menyerap lebih dari 50% tenaga kerja di berbagai negara berkembang (Permana, 2017). Fakta tersebut menunjukkan bahwa usaha kecil memiliki peran fundamental dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, terutama di era globalisasi dan digitalisasi saat ini (Novitasari, 2022).

Di Indonesia, peran usaha kecil bahkan jauh lebih signifikan (Munthe et al,2023). Data Kementerian Koperasi dan UKM RI (2023) menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Hal ini menegaskan bahwa keberadaan usaha kecil bukan sekadar aktivitas ekonomi berskala terbatas, tetapi merupakan fondasi utama perekonomian nasional (Lubis & Salsabila,2024). Lebih jauh, usaha kecil juga terbukti mampu menjadi sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat, meningkatkan pendapatan rumah tangga, sekaligus mengurangi tingkat pengangguran (Krisnawati, 2016).Oleh karena itu,membicarakan potensi small business berarti membicarakan keberlangsungan ekonomi bangsa.

Kota Medan sebagai salah satu metropolitan terbesar di Indonesia dan pusat perekonomian di Pulau Sumatera turut mencerminkan dinamika tersebut. Pertumbuhan jumlah penduduk, pesatnya urbanisasi, serta meningkatnya daya beli masyarakat telah menciptakan peluang besar bagi berkembangnya usaha kecil, khususnya di sektor kuliner dan minuman (Itsnaini & Rahman 2024). Sektor ini menjadi salah satu yang paling adaptif terhadap perubahan tren gaya hidup, terutama di kalangan generasi muda yang semakin konsumtif terhadap produk minuman siap saji, kekinian, dan inovatif. Fenomena ini pada akhirnya membuka ruang bagi munculnya berbagai usaha baru yang dikelola masyarakat dengan skala modal relatif kecil, tetapi memiliki potensi keuntungan yang besar.

Salah satu usaha kecil yang menarik perhatian di Kota Medan adalah Usaha Minuman Nay-Nay. Usaha ini berkembang di tengah kompetisi ketat industri minuman lokal dengan menawarkan produk yang inovatif, cita rasa yang unik, serta strategi pemasaran yang mampu menjangkau berbagai segmen konsumen. Keberadaan Nay-Nay tidak hanya memperkaya pilihan konsumsi masyarakat, tetapi juga memperlihatkan bagaimana usaha kecil mampu menjadi motor penggerak perekonomian lokal. Hal ini terlihat dari kontribusinya dalam menyerap tenaga kerja, memanfaatkan bahan baku lokal, hingga mendorong perputaran ekonomi masyarakat sekitar.

Lebih jauh, Nay-Nay juga mencerminkan fenomena transformasi usaha kecil dalam menghadapi perubahan pasar modern. Dengan dukungan media sosial, platform digital, dan strategi branding kreatif, usaha kecil seperti Nay-Nay mampu menjangkau konsumen lebih luas dan bersaing dengan merek-merek besar. Transformasi ini menunjukkan bahwa meskipun

berawal dari modal terbatas, small business dapat memiliki dampak signifikan terhadap pembangunan ekonomi apabila dikelola dengan strategi yang tepat.

Namun, keberhasilan usaha kecil tidak berarti bebas dari tantangan. Persaingan bisnis yang semakin intensif, keterbatasan akses permodalan, keterampilan manajemen yang belum merata, serta ketergantungan pada tren konsumen merupakan hambatan nyata yang perlu dihadapi (Tri Widayati, 2025). Oleh karena itu, memahami potensi sekaligus tantangan small business menjadi penting, bukan hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi akademisi, pemerintah, dan masyarakat luas (Sri & Ahmad,2017)..

Artikel ini mencoba mengkaji potensi usaha kecil dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui studi kasus Usaha Minuman Nay-Nay Kota Medan. Penelitian ini memiliki urgensi karena dapat memberikan gambaran empiris mengenai kontribusi usaha kecil terhadap perekonomian lokal, sekaligus menunjukkan strategi-strategi yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha lain. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademis mengenai small business di Indonesia, yang hingga kini masih didominasi oleh kajian-kajian umum tanpa fokus pada kasus spesifik.

Dengan demikian, kajian ini tidak hanya penting untuk memahami bagaimana usaha kecil dapat berkembang di tengah persaingan pasar yang dinamis, tetapi juga relevan sebagai referensi praktis bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM. Bagi masyarakat, temuan penelitian ini dapat memberikan inspirasi untuk memulai usaha baru sebagai bagian dari upaya meningkatkan kesejahteraan. Sementara itu, bagi kalangan akademisi, artikel ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan praktik pengelolaan small business di konteks lokal Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan objek UMKM minuman Nay-Nay yang berlokasi di Kota Medan. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai potensi small business dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui analisis langsung terhadap strategi, operasional, dan kontribusi usaha secara kontekstual serta komprehensif (Aisyah et al, 2025).

a. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Desain ini bertujuan untuk menggali secara mendalam fenomena pengelolaan usaha minuman Nay-Nay, peranannya dalam membuka peluang ekonomi, serta kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Selain itu, desain ini juga digunakan untuk menginterpretasikan pengalaman, strategi, dan tantangan yang dihadapi pemilik usaha dalam mempertahankan eksistensi di tengah persaingan.

b. Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah UMKM minuman Nay-Nay di Kota Medan. Informan penelitian ditentukan secara purposive, yaitu pemilik usaha sebagai informan utama karena memiliki peran sentral dalam pengelolaan bisnis, pengambilan keputusan strategis, dan pengalaman langsung terkait perkembangan usaha. Informan tambahan dapat meliputi karyawan serta konsumen untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai kontribusi usaha terhadap masyarakat.

c. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu: Wawancara semi-terstruktur: dilakukan dengan pemilik usaha dan beberapa konsumen untuk memperoleh informasi mengenai strategi bisnis, pengalaman menjalankan usaha, serta dampaknya terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

1) Observasi partisipatif: dilaksanakan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional, interaksi dengan konsumen, serta strategi pemasaran yang dijalankan oleh usaha Nay-Nay.
2) Studi dokumentasi: mencakup pengumpulan data sekunder seperti catatan penjualan, materi promosi, konten media sosial, dan dokumen pendukung lain yang relevan.

d. Teknik Analisis

Data Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan langkah-langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diorganisasikan, kemudian diidentifikasi unit-unit makna yang berkaitan dengan potensi small business, strategi pengembangan, dampak terhadap perekonomian masyarakat, serta kendala yang dihadapi. Proses analisis dilakukan secara induktif dan deduktif sehingga menghasilkan tema-tema utama yang relevan dengan tujuan penelitian.

e. Validitas Data

Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil wawancara akan dibandingkan dengan hasil observasi lapangan dan data dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Selain itu, member check dilakukan dengan mengkonfirmasi kembali hasil interpretasi kepada informan utama agar data yang diperoleh valid dan sesuai dengan realitas.

f. Etika Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian. Persetujuan diperoleh dari informan sebelum proses wawancara maupun perekaman. Kerahasiaan identitas informan dijaga dengan tidak menyebutkan nama secara langsung, serta hasil penelitian disajikan dalam bentuk agregat tanpa merugikan pihak manapun.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan melakukan pengumpulan data secara langsung pada UMKM Minuman Nay-Nay yang berlokasi di Jalan Durung, Medan, melalui panduan instrumen pertanyaan. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun, observasi lapangan terhadap praktik operasional harian serta penerapan strategi pemasaran digital, dan studi dokumentasi berupa konten media sosial, materi promosi, dan laporan penjualan. Informan dipilih secara purposive, yaitu manajemen cabang, kepala unit terkait, staf operasional, dan perwakilan pemangku kepentingan lokal. Proses wawancara dilakukan secara tatap muka serta didokumentasikan melalui pencatatan dan perekaman suara setelah memperoleh persetujuan responden.



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara dengan karyawan minuman Nay-Nay Cabang Jl. Durung No. 166A, Medan

Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Transkrip hasil wawancara dikonversi menjadi unit-unit makna, kemudian dianalisis secara induktif maupun deduktif untuk

mengidentifikasi tema-tema utama, meliputi pemanfaatan komunikasi bisnis, implementasi layanan digital, dampak terhadap daya tarik produk dan penjualan, serta kendala operasional yang dihadapi. Validitas hasil penelitian diperkuat dengan triangulasi sumber data melalui kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Seluruh proses penelitian dilakukan dengan mematuhi prinsip etika, di mana informasi responden dijaga kerahasiaannya dan temuan disajikan secara agregat untuk menjamin anonimitas.

Berikut disajikan hasil temuan dan pembahasan yang disusun secara sistematis berdasarkan fokus penelitian; setiap jawaban dianalisis dalam konteks praktik pada UMKM Minuman Nay-Nay di Kota Medan serta dikaitkan dengan implikasinya terhadap keberlangsungan dan penguatan usaha.

Apa peran usaha UMKM minuman nay nay dalam membuka lapangan kerja?

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) minuman seperti "Nay Nay" berperan signifikan dalam penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal. Secara empiris, UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, terutama di daerah-daerah yang memiliki tingkat pengangguran relatif tinggi. Usaha "Nay Nay" memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar melalui berbagai tahapan operasional mulai dari produksi, pengemasan, pelayanan konsumen, hingga distribusi produk. Dengan karakteristik UMKM yang fleksibel dan mudah dijalankan, usaha ini mampu menyerap tenaga kerja dengan berbagai tingkat keterampilan, sehingga menjadi salah satu solusi efektif dalam mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Selain itu, keberadaan UMKM seperti "Nay Nay" juga mendorong pemberdayaan ekonomi komunitas melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan penguatan jejaring ekonomi lokal yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Bagaimana usaha minuman nay nay ini memengaruhi pendapatan masyarakat sekitar?

Keberadaan usaha minuman "Nay Nay" memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal, khususnya bagi individu yang bekerja sebagai karyawan dalam berbagai posisi operasional usaha tersebut. Secara ekonomi, usaha ini berfungsi sebagai sumber pendapatan tetap melalui pemberian upah atau gaji kepada tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi, pengemasan, pemasaran, dan distribusi produk minuman. Peningkatan pendapatan yang diperoleh karyawan tidak hanya meningkatkan daya beli individu, tetapi juga berkontribusi pada perputaran ekonomi lokal melalui konsumsi barang dan jasa di lingkungan sekitar. Selain itu, peningkatan pendapatan ini memiliki efek multiplikatif yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi mikro di komunitas setempat,

meningkatkan kesejahteraan sosial, dan menurunkan tingkat kemiskinan.usaha "Nay Nay" berperan sebagai agen pemberdayaan ekonomi yang mendukung stabilitas ekonomi rumah tangga dan pembangunan ekonomi berkelanjutan di masyarakat sekitar.

Apakah ada keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai pasok usaha?

Keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai pasok usaha minuman "Nay Nay" merupakan faktor strategis yang memberi kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi komunitas. Usaha ini memanfaatkan sumber daya lokal sebagai pemasok utama, mencakup buah-buahan, gula, dan bahan kemasan yang diperoleh dari petani, produsen, serta pengrajin kecil di wilayah sekitar. Pola kemitraan ini tidak hanya menambah nilai pada produk, tetapi juga membangun jejaring ekonomi lokal yang saling menguntungkan.Partisipasi masyarakat lokal dalam rantai pasok menghasilkan dampak multiplikatif, seperti peningkatan pendapatan pemasok, terciptanya peluang usaha mikro baru, serta terjaminnya keberlanjutan pasokan bahan baku. Dengan demikian, kemitraan antara UMKM "Nay Nay" dan pemasok lokal berperan penting dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, keterlibatan ini turut memperkuat kemandirian ekonomi daerah ‘serta membantu mengurangi ketimpangan sosial melalui distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata’.

Bagaimana kontribusi usaha UMKM minuman nay nay dalam meningkatkan keterampilan masyarakat?

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) minuman “Nay Nay” memiliki kontribusi strategis dalam peningkatan keterampilan dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia di lingkungan masyarakat lokal. Sebagai unit usaha yang dinamis, “Nay Nay” berperan sebagai sarana pelatihan kerja praktis yang memberikan pengalaman langsung kepada tenaga kerja pada berbagai aspek operasional. Para pekerja memperoleh keterampilan teknis, antara lain pengelolaan persediaan bahan baku, manajemen proses produksi, serta penerapan standar mutu produk. Selain keterampilan teknis, pekerja juga mengembangkan keterampilan nonteknis, seperti pelayanan konsumen, komunikasi interpersonal, dan strategi pemasaran sederhana yang diasah secara berkelanjutan. Peningkatan kompetensi tersebut tidak hanya berimplikasi pada meningkatnya produktivitas dan efisiensi usaha, tetapi juga memperkuat modal sumber daya manusia yang dimiliki pekerja. Keterampilan yang diperoleh selama bekerja di UMKM “Nay Nay” menjadi aset berharga yang meningkatkan peluang kerja di masa depan serta mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Secara lebih luas, kontribusi ini turut berperan dalam pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas, yang merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Apakah usaha minuman nay nay ini mampu meningkatkan daya beli masyarakat sekitar?

Usaha minuman "Nay Nay" memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya beli masyarakat sekitar melalui penambahan pendapatan bagi individu yang terlibat, baik sebagai tenaga kerja maupun pemasok bahan baku. Peningkatan pendapatan tersebut memperluas kapasitas konsumsi masyarakat terhadap berbagai kebutuhan dasar, seperti pangan, pendidikan, kesehatan, dan rekreasi. Kondisi ini pada gilirannya mendorong peningkatan permintaan barang dan jasa lokal, sehingga memperkuat aktivitas ekonomi pada sektor formal maupun informal di lingkungan sekitar. Implikasi dari perkembangan tersebut tampak dalam efek multiplikasi ekonomi, di mana peningkatan konsumsi masyarakat memacu proses produksi dan distribusi produk lokal, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, keberadaan UMKM seperti "Nay Nay" tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai katalisator penggerak ekonomi mikro yang berdampak 'pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui bertambahnya daya beli serta perputaran ekonomi lokal.

Bagaimana usaha UMKM minuman nay nay ini bisa mendukung perekonomian karyawannya?

Usaha UMKM minuman "Nay Nay" memiliki peran strategis dalam menopang stabilitas ekonomi rumah tangga para karyawannya. Melalui pemberian pendapatan rutin berupa gaji atau upah, usaha ini mampu memberikan jaminan ekonomi yang mendukung pemenuhan kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, papan, serta pembiayaan layanan kesehatan dan pendidikan anak. Pendapatan tersebut tidak hanya menjadi sumber penghidupan utama bagi sebagian besar karyawan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan ketahanan finansial keluarga, mengurangi ketergantungan pada bantuan sosial, serta membuka peluang bagi terbentuknya tabungan maupun investasi skala kecil. Selain itu, keterlibatan dalam dunia kerja mendorong karyawan untuk mengembangkan tanggung jawab finansial, merencanakan pengeluaran rumah tangga secara lebih rasional, serta membentuk pola konsumsi yang lebih produktif. Dalam konteks pembangunan ekonomi mikro, peran UMKM seperti "Nay Nay" dalam mendukung perekonomian karyawan mencerminkan pendekatan pembangunan inklusif yang menempatkan kesejahteraan tenaga kerja sebagai bagian integral dari pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.UMKM tidak hanya berfungsi sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen pemberdayaan sosial yang memperkuat kapasitas ekonomi individu maupun keluarga dalam jangka panjang.

Apakah ada program sosial dari usaha UMKM minuman nay nay ini untuk masyarakat sekitar?

Tidak ada program sosial dalam usaha ini.

Bagaimana usaha minuman ini meningkatkan aktivitas ekonomi lokal?

Usaha minuman ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan aktivitas ekonomi lokal. Pertama, usaha ini menciptakan permintaan tetap terhadap bahan baku dari daerah sekitar, sehingga turut mendorong perkembangan sektor pertanian dan pemasok lokal. Kedua, usaha ini membuka peluang kerja bagi masyarakat, baik secara langsung melalui perekrutan tenaga kerja maupun tidak langsung melalui dukungan sektor lain seperti distribusi dan pemasaran. Selain itu, pendapatan yang diperoleh para pekerja meningkatkan daya beli masyarakat, yang kemudian memperkuat sirkulasi ekonomi di lingkungan sekitar. Dari sisi konsumen, usaha ini juga menarik kalangan mahasiswa yang memanfaatkan tempat tersebut untuk kegiatan akademik, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mendukung produktivitas. Secara keseluruhan, usaha minuman ini berperan dalam memperkuat ekonomi mikro lokal melalui keterkaitan antara produksi, distribusi, dan konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah dapat menjadi penggerak ekonomi inklusif yang mampu meningkatkan kesejahteraan individu sekaligus memperkuat struktur ekonomi masyarakat.

Apa tantangan small business dalam memberikan kontribusi lebih besar bagi perekonomian?

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor minuman, termasuk usaha Nay Nay, menghadapi tantangan struktural dan operasional yang membatasi kontribusinya terhadap perekonomian. Kendala utama terletak pada keterbatasan akses permodalan, di mana syarat agunan, pencatatan keuangan yang belum tertata, serta akses terbatas ke lembaga pembiayaan sering menghambat proses ekspansi dan inovasi usaha. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten juga menjadi hambatan signifikan. Rekrutmen dan pelatihan tenaga kerja terampil membutuhkan biaya dan waktu yang besar, sementara persaingan memperoleh tenaga kerja berkualitas semakin ketat. ‘Persaingan usaha yang tinggi di sektor minuman turut mendorong UMKM untuk terus berinovasi dan menerapkan strategi pemasaran yang adaptif agar mampu mempertahankan pangsa pasar’. Faktor eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku juga menambah tekanan pada stabilitas biaya produksi dan margin keuntungan, sehingga perencanaan operasional menjadi kurang konsisten. Oleh karena itu, diperlukan dukungan kebijakan, peningkatan akses pembiayaan, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia

agar UMKM seperti "Nay Nay" dapat berperan lebih optimal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

Menurut Anda, bagaimana potensi UMKM ini ke depan untuk masyarakat sekitar?

UMKM minuman seperti "Nay Nay" memiliki prospek yang cukup cerah dalam mendorong perekonomian masyarakat sekitar. Tren minuman kekinian yang terus berkembang, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa, menciptakan permintaan yang stabil sekaligus peluang pasar yang luas. Potensi ini dapat dimaksimalkan melalui inovasi produk yang berkelanjutan, misalnya dengan menghadirkan varian rasa baru atau menyesuaikan produk dengan tren gaya hidup sehat. Selain inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, terutama media sosial dan platform e-commerce, menjadi kunci penting untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan interaksi dengan pasar. Strategi ini perlu diimbangi dengan penguatan kapasitas internal, seperti peningkatan keterampilan sumber daya manusia serta pengelolaan bisnis yang lebih profesional agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Ke depan, perkembangan UMKM "Nay Nay" berpotensi tidak hanya meningkatkan keuntungan usaha, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat. Melalui penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan daya beli, serta terbentuknya rantai pasok berbasis lokal, usaha ini dapat 'menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi daerah' yang inklusif dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kontribusi strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, sebagaimana tercermin dari studi kasus UMKM minuman Nay-Nay di Kota Medan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa Nay-Nay secara signifikan berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas daya beli, serta memberdayakan sumber daya manusia melalui pengembangan keterampilan teknis dan non-teknis. Keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai pasok usaha Nay-Nay menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai katalisator pembangunan ekonomi yang inklusif. Penggunaan sumber daya lokal dan pelibatan masyarakat dalam berbagai aspek operasional usaha memperkuat ekosistem ekonomi lokal dan mendukung perputaran ekonomi yang berkelanjutan (Chatra et al, 2025). Meskipun demikian, usaha ini tidak lepas dari tantangan struktural, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, persaingan pasar yang intensif, dan ketergantungan terhadap harga bahan baku yang fluktuatif. Tantangan-tantangan ini dapat menghambat optimalisasi kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi

apabila tidak diimbangi dengan dukungan kebijakan, fasilitasi pelatihan, serta penguatan kapasitas manajerial pelaku usaha (Alimuddin et al, 2025). Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat argumentasi bahwa pengembangan UMKM memiliki korelasi positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan dukungan regulasi yang berpihak, akses permodalan yang lebih luas, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, UMKM seperti Nay-Nay berpotensi menjadi instrumen utama dalam penguatan ekonomi daerah serta pembangunan ekonomi nasional yang berkelanjutan dan inklusif.

DAFTAR REFERENSI

Aisyah, D., Trimurni, F., & Tambusay, M. D. E. (2025). Pemetaan profil sosial ekonomi usaha mikro, kecil, dan menengah (studi kasus di 12 kecamatan, Kabupaten Batubara). *SAJJANA: Public Administration Review*, *3*(01), 155–166. https://doi.org/10.32734/sajjana.v3i01.21212

Alimuddin, Z., B. Eng, M. M., Rasyid, M. Z. F., & Awwal, M. A. F. (2025). *Pengantar bisnis: Teori ke praktik*. Grafindo Publisher.

Anzhari, A., Hasanuddin, A., & Remmang, H. (2024). Transformasi pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (studi kasus Kota Makassar). *Economics and Digital Business Review*, *5*(2), 687–700.

Chatra, A., Dirna, F. C., Alhakim, R., Pujiriyani, D. W., Rosardi, R. G., Maulinda, I., ... & Juansa, A. (2025). *Potensi dan sektor unggulan ekonomi desa*. PT Star Digital Publishing.

Itsnaini, F., & Rahman, T. (2024). Analisis peluang dan tantangan pengembangan bisnis UMKM pasca sertifikasi halal (studi pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pamekasan). *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, *6*(02), 1–9.

Krisnawati, K. (2016). Upaya penanggulangan kemiskinan melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah. *Sosio Informa*, *2*(2). https://doi.org/10.33007/inf.v2i2.235

Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, *2*(2), 91–110. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716

Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan usaha mikro kecil menengah terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, *2*(3), 593–614. https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321

Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, *9*(2), 184–204. https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703

Permana, S. H. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, *8*(1), 93–103. https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1257

Ratika, R., Sinaga, R. G., Soimah, N. U., & Rikayana, H. L. (2024). Analisis kinerja keuangan koperasi pada KP-Ri Al-Amin SMAN 5 Tanjungpinang (tahun 2021–2023). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *1*(11).

Sri, M., & Ahmad, Y. (2017). Peluang dan tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dari berbagai aspek ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *2*(1), 181–197.

Susila, A. R. (2017). *Upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam menghadapi pasar regional dan global*.

Tri Widayati, S. E. (2025). *Keberlanjutan UMKM di Indonesia: Strategi dan implementasi*. Penerbit KBM Indonesia.

World Bank Group. (2022). *Global economic prospects, January 2022*. World Bank Publications.