An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025, 547 - 556

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Analisis Sistem Kelayakan Bisnis terhadap Pengambilan Keputusan Manajerial

Shelvi Fandelia [1], Kenzu Irmanda, Muhammad Yudha, Hendra[2]

Abstrak

Sistem kelayakan bisnis memiliki peran penting dalam membantu manajemen menentukan keputusan strategis yang tepat sebelum suatu usaha dijalankan atau dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem kelayakan bisnis terhadap pengambilan keputusan manajerial dalam suatu organisasi atau perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi kepustakaan, yaitu mengkaji berbagai literatur yang relevan berupa buku manajemen, jurnal ilmiah, serta publikasi terkait analisis kelayakan bisnis dan pengambilan keputusan manajerial. Hasil kajian menunjukkan bahwa sistem kelayakan bisnis yang mencakup aspek pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, keuangan, sumber daya manusia, serta hukum dan lingkungan mampu memberikan informasi yang komprehensif bagi manajemen dalam menilai peluang, risiko, dan keberlanjutan usaha. Informasi tersebut menjadi dasar pertimbangan penting dalam menentukan keputusan investasi, pengembangan usaha, maupun penghentian suatu proyek bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan sistem kelayakan bisnis yang sistematis dan objektif dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan manajerial serta meminimalkan risiko kesalahan dalam perencanaan dan pelaksanaan usaha. Dengan demikian, sistem kelayakan bisnis berperan sebagai alat strategis dalam mendukung efektivitas manajemen perusahaan.

Kata Kunci: *sistem kelayakan bisnis, pengambilan keputusan manajerial, analisis bisnis, perencanaan usaha.*

Abstract

This study aims to analyze the potential, challenges, and development strategies of the creative economy in Binjai City. The potential of this sector can be seen from the utilization of local resources, the existence of creative communities, and government policies that begin to support its growth. However, the development of the creative economy still faces significant obstacles, such as limited access to financing, low digital literacy, inadequate supporting infrastructure, and weak collaboration networks among stakeholders. Using a qualitative approach with descriptive analysis, this study finds that such potential can only be optimized through sustainable and context-based strategies. Key strategies include expanding access to capital through inclusive financial

[1] Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, shelvifandelia422@gmail.com
[2] Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, hendra@insan.ac.id

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025, 547 - 556

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

institutions, strengthening digital literacy to reach broader markets, fostering innovation and branding rooted in local wisdom, as well as developing infrastructure and multi-stakeholder collaboration. The results highlight that with consistent government support and strong stakeholder synergy, the creative economy in Binjai has the opportunity to become a competitive leading sector, create employment opportunities, and contribute significantly to sustainable regional economic development.

Keywords: *Creative Economy, Local Potential, Digital Literacy, Collaboration, Binjai City.*

A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah Indonesia, termasuk di Kota Binjai. Pergeseran pola konsumsi masyarakat menuju produk dengan nilai seni, inovasi, dan keunikan memberikan peluang besar bagi sektor ini untuk berkembang (Kemenparekraf, 2021). Kota Binjai yang memiliki potensi budaya lokal, kuliner khas, dan kerajinan masyarakat dapat memanfaatkan ekonomi kreatif sebagai alternatif usaha yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam pembangunan daerah, peran ekonomi kreatif semakin vital karena dapat mengurangi ketergantungan terhadap sektor formal sekaligus membuka peluang diversifikasi pendapatan. Di Binjai, potensi ini selaras dengan kebijakan pemerintah daerah yang menekankan pada peningkatan kontribusi UMKM dan industri kreatif terhadap PDRB (Lubis, 2024). Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya menjadi solusi ekonomi, tetapi juga bagian dari strategi pembangunan berkelanjutan.

Letak geografis Binjai yang berdekatan dengan Kota Medan memperkuat daya saing sektor kreatif karena memberikan akses yang lebih mudah ke pasar regional dan nasional. Posisi ini memungkinkan produk kreatif dari Binjai untuk menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan peluang ekspor (Nasution & Siregar, 2021). Kondisi tersebut menegaskan bahwa lokasi strategis merupakan salah satu faktor kunci yang mendukung pengembangan sektor ini.

Namun, pengembangan ekonomi kreatif di Binjai juga menghadapi hambatan signifikan, antara lain keterbatasan akses modal, rendahnya literasi keuangan, serta minimnya keterampilan digital pelaku usaha (Purnomo, 2024). Kendala ini menjadi tantangan utama yang harus diatasi agar pelaku kreatif mampu beradaptasi dengan dinamika pasar modern yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, tumbuhnya komunitas kreatif di Binjai menunjukkan adanya modal sosial yang penting untuk pengembangan sektor ini. Keberadaan komunitas kuliner, seni pertunjukan, kerajinan tangan, dan industri digital telah menjadi katalisator dalam mendorong kolaborasi serta inovasi produk (Dahrani, Saragih, & Ritonga, 2022). Modal sosial semacam ini menjadi salah satu kekuatan besar dalam membangun ekosistem kreatif yang sehat.

Pemerintah daerah juga telah mengambil langkah awal untuk mendukung sektor ekonomi kreatif melalui program pelatihan dan pembinaan, meskipun implementasinya masih terbatas. Dukungan kebijakan terbukti menjadi faktor penting bagi keberlanjutan sektor kreatif sebagaimana ditunjukkan dalam studi Lubis (2024) yang menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha.

Selain itu, perkembangan teknologi digital membuka peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk memperluas pasar melalui platform e-commerce dan media sosial. Digitalisasi terbukti menjadi faktor penentu keberhasilan pelaku ekonomi kreatif dalam memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi usaha (Suharsono & Hidayat, 2023). Dengan memanfaatkan teknologi, produk kreatif Binjai berpotensi menembus pasar nasional bahkan internasional.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sektor ekonomi kreatif di Binjai memiliki peluang besar, tetapi juga menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian strategis untuk merumuskan langkah-langkah yang tepat dalam memaksimalkan potensi yang ada sekaligus mengatasi hambatan. Dengan pendekatan yang terukur, sektor ekonomi kreatif di Binjai dapat menjadi alternatif usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: Pertama, bagaimana potensi ekonomi kreatif di Kota Binjai ditinjau dari aspek sumber daya lokal, komunitas kreatif, dan dukungan kebijakan pemerintah? Kedua, tantangan apa saja yang paling signifikan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Binjai, terutama terkait akses permodalan, literasi digital, dan infrastruktur pendukung? Ketiga, strategi apa yang paling efektif untuk mendorong ekonomi kreatif di Binjai agar mampu menjadi alternatif usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan?

B. KAJIAN TEORI

Potensi Ekonomi Kreatif

Potensi ekonomi kreatif dapat dilihat dari kemampuan suatu daerah dalam memanfaatkan sumber daya lokal untuk menciptakan produk bernilai tambah melalui kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan budaya. Kota Binjai memiliki sumber daya alam dan budaya yang cukup kaya, mulai dari kuliner khas, seni tradisional, hingga kerajinan tangan. Keunikan tersebut menjadi modal penting dalam mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak ekonomi lokal (Kemenparekraf, 2021).

Selain itu, potensi ekonomi kreatif semakin terlihat dari daya tarik masyarakat urban yang cenderung mengapresiasi produk dengan keunikan dan nilai estetika tinggi. Produk kuliner khas Binjai seperti rambutan dan olahan pangan lokal memiliki daya saing yang kuat bila dikembangkan dengan sentuhan inovasi (Lubis, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat diubah menjadi peluang bisnis kreatif yang bernilai ekonomi.

Faktor geografis Binjai juga mendukung pertumbuhan sektor kreatif. Kedekatan dengan Kota Medan memberikan akses pasar yang luas serta peluang integrasi dengan jaringan distribusi regional. Penelitian Nasution & Siregar (2021) menunjukkan bahwa lokasi strategis sangat berperan dalam mempercepat penetrasi produk kreatif ke pasar yang lebih besar. Kondisi ini memperkuat Binjai sebagai kota satelit dengan potensi ekonomi kreatif tinggi.

Komunitas kreatif yang tumbuh di Binjai merupakan potensi sosial yang tidak kalah penting. Komunitas ini mencakup sektor kuliner, seni pertunjukan, fesyen, serta industri digital. Keberadaan komunitas memberikan ruang kolaborasi, berbagi ide, dan mendorong inovasi kolektif yang berdampak pada kualitas produk (Dahrani, Saragih, & Ritonga, 2022). Dengan demikian, komunitas kreatif dapat dipandang sebagai motor penggerak yang mendukung keberlanjutan sektor ini.

Dukungan pemerintah juga menjadi salah satu potensi dalam mengembangkan sektor kreatif. Program pelatihan, bantuan modal, serta pembinaan manajemen usaha yang mulai diterapkan oleh pemerintah daerah memberikan arah yang positif, meski implementasinya masih perlu diperkuat (Lubis, 2024). Dengan dukungan regulasi yang konsisten, sektor kreatif dapat semakin berkembang pesat di Binjai.

Potensi digitalisasi juga menjadi aspek krusial. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran produk melalui e-commerce dan media sosial mampu memperluas jangkauan konsumen sekaligus meningkatkan efisiensi usaha (Suharsono & Hidayat, 2023). Digitalisasi membuka peluang bagi pelaku kreatif Binjai untuk menembus pasar nasional maupun internasional tanpa harus berpindah dari daerah asal.

Kreativitas dan inovasi pelaku usaha menjadi faktor penentu potensi sektor ini. Menurut Purnomo (2024), kemampuan berinovasi baik dari sisi produk maupun strategi pemasaran menjadi pembeda utama yang meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. Pelaku usaha di Binjai yang mampu menggabungkan nilai lokal dengan tren global memiliki peluang besar untuk bersaing.

Dengan seluruh faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa potensi ekonomi kreatif di Binjai terletak pada kombinasi antara kekayaan budaya lokal, dukungan komunitas, akses pasar yang strategis, serta peluang digitalisasi. Potensi ini, apabila dikembangkan dengan strategi yang tepat, dapat memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian daerah.

Tantangan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan ekonomi kreatif di Kota Binjai tidak terlepas dari berbagai tantangan. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan akses permodalan. Banyak pelaku usaha kreatif yang masih kesulitan mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal karena keterbatasan agunan dan rendahnya pemahaman administrasi keuangan (Lubis, 2024). Kendala ini membatasi kemampuan mereka dalam mengembangkan usaha.

Tantangan berikutnya adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kreatif. Meskipun teknologi digital memberikan peluang besar, banyak pelaku usaha yang belum mampu memanfaatkan platform digital secara optimal. Studi Suharsono & Hidayat (2023) menunjukkan bahwa keterbatasan kemampuan digital menjadi penghambat signifikan dalam perluasan pasar produk kreatif.

Selain itu, lemahnya kemampuan manajerial dan perencanaan usaha juga menjadi kendala utama. Pelaku usaha kreatif di Binjai seringkali lebih fokus pada produksi tanpa memperhatikan aspek pemasaran, branding, dan strategi bisnis jangka panjang (Nasution & Siregar, 2021). Akibatnya, daya saing produk lokal masih terbatas dalam menghadapi kompetisi dengan produk serupa dari daerah lain.

Infrastruktur pendukung seperti fasilitas produksi, ruang kreatif, dan pusat distribusi juga masih minim. Keterbatasan ini membuat pelaku usaha kesulitan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan menjaga konsistensi kualitas produk (Purnomo, 2024). Infrastruktur yang memadai sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem kreatif yang berkelanjutan.

Dukungan kebijakan pemerintah meski sudah ada, namun implementasinya masih dianggap belum maksimal. Program pembinaan sering kali tidak berkelanjutan, sehingga dampaknya terhadap peningkatan kapasitas

pelaku usaha masih terbatas (Lubis, 2024). Kurangnya koordinasi antar instansi terkait juga memperlemah efektivitas kebijakan.

Selain itu, tantangan lain datang dari persaingan global yang semakin ketat. Produk-produk kreatif lokal harus mampu bersaing dengan produk serupa yang lebih inovatif dan memiliki kualitas lebih baik dari daerah lain maupun dari luar negeri (Kemenparekraf, 2021). Hal ini menuntut pelaku usaha kreatif Binjai untuk terus meningkatkan kualitas dan berinovasi.

Kendala dalam membangun jejaring dan kolaborasi juga menjadi hambatan tersendiri. Tanpa adanya kerja sama antar pelaku usaha, komunitas, pemerintah, dan akademisi, pengembangan ekonomi kreatif akan berjalan lambat (Dahrani, Saragih, & Ritonga, 2022). Padahal, kolaborasi multipihak sangat penting dalam membangun ekosistem yang kondusif.

Dengan demikian, tantangan pengembangan ekonomi kreatif di Binjai bersifat multidimensi, meliputi keterbatasan permodalan, literasi digital, infrastruktur, manajemen usaha, hingga kebijakan yang kurang efektif. Untuk menjawab tantangan ini diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif agar sektor kreatif mampu tumbuh secara berkelanjutan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai potensi dan tantangan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Binjai. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pelaku usaha kreatif, perwakilan komunitas, serta pejabat pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan UMKM dan industri kreatif. Selain itu, observasi langsung terhadap aktivitas usaha kreatif di sektor kuliner, kerajinan, dan digital juga dilakukan untuk memperkaya data penelitian. Data sekunder diperoleh dari dokumen pemerintah, laporan resmi, serta publikasi ilmiah lima tahun terakhir yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai model Miles dan Huberman. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan informasi dari berbagai narasumber dan dokumen pendukung. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi ekonomi kreatif di Binjai, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan kontekstual bagi keberlanjutan sektor tersebut.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Ekonomi Kreatif di Kota Binjai

Potensi ekonomi kreatif di Kota Binjai dapat dilihat dari kekayaan sumber daya lokal yang dimiliki. Binjai dikenal sebagai kota yang memiliki ciri khas kuliner, seperti rambutan Binjai yang sudah terkenal secara nasional, serta berbagai produk olahan pangan yang memiliki nilai jual tinggi. Keunggulan ini merupakan salah satu modal utama untuk mengembangkan sektor kreatif berbasis kuliner sebagai daya tarik usaha dan sekaligus destinasi wisata kuliner (Lubis, 2024). Sumber daya lokal berupa hasil pertanian dan produk kreatif masyarakat dapat menjadi dasar untuk menciptakan usaha yang bernilai tambah.

Selain sumber daya alam, potensi ekonomi kreatif di Binjai juga terlihat dari aspek budaya dan seni lokal. Masyarakat Binjai memiliki tradisi seni pertunjukan, musik, dan kerajinan yang dapat dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif unggulan. Potensi budaya ini, jika dikelola dengan baik, tidak hanya meningkatkan

nilai ekonomi tetapi juga memperkuat identitas daerah. Menurut Kemenparekraf (2021), pengembangan produk berbasis budaya lokal terbukti mampu meningkatkan daya saing suatu daerah dalam industri kreatif.

Komunitas kreatif yang tumbuh di Binjai juga menjadi faktor pendukung yang signifikan. Komunitas ini mencakup berbagai bidang seperti seni pertunjukan, desain grafis, kuliner, dan kerajinan tangan. Keberadaan komunitas ini dapat menciptakan ekosistem kolaboratif yang memperkuat inovasi dan keberlanjutan usaha. Dahrani, Saragih, & Ritonga (2022) menegaskan bahwa komunitas kreatif berperan penting sebagai penggerak inovasi kolektif yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Selain komunitas, dukungan pemerintah daerah juga menjadi salah satu potensi besar. Pemerintah Kota Binjai mulai mengarahkan kebijakan pada pengembangan sektor ekonomi kreatif melalui program pelatihan, pembinaan UMKM, dan fasilitasi promosi produk lokal. Walaupun masih terbatas, inisiatif ini merupakan langkah awal yang positif. Menurut penelitian Lubis (2024), keberlanjutan dukungan pemerintah sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha kreatif di daerah.

Potensi lain yang tidak kalah penting adalah posisi geografis Binjai yang strategis karena berdekatan dengan Kota Medan. Lokasi ini memungkinkan produk kreatif dari Binjai memiliki akses pasar yang lebih luas, baik secara regional maupun nasional. Nasution & Siregar (2021) menyebutkan bahwa lokasi strategis dapat meningkatkan peluang distribusi produk kreatif dan memperkuat daya saing daerah dalam industri kreatif.

Faktor digitalisasi juga memperkuat potensi ekonomi kreatif di Binjai. Perkembangan teknologi informasi membuka peluang besar bagi pelaku usaha kreatif untuk menjangkau konsumen lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial. Suharsono & Hidayat (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu penentu utama keberhasilan pelaku ekonomi kreatif dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha.

Selain digitalisasi, kreativitas individu pelaku usaha menjadi faktor yang menentukan potensi sektor ini. Purnomo (2024) menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi produk merupakan kunci daya saing usaha kreatif. Pelaku usaha di Binjai yang mampu menggabungkan nilai lokal dengan tren global akan memiliki peluang besar untuk menembus pasar nasional bahkan internasional.

Dengan kombinasi faktor sumber daya lokal, komunitas kreatif, dukungan kebijakan pemerintah, lokasi strategis, serta peluang digitalisasi, dapat disimpulkan bahwa potensi ekonomi kreatif di Binjai sangat besar. Apabila potensi ini dimaksimalkan melalui strategi yang tepat, sektor ekonomi kreatif dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Tantangan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Binjai

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan ekonomi kreatif di Binjai menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Salah satu kendala terbesar adalah keterbatasan akses permodalan. Sebagian besar pelaku usaha kreatif adalah UMKM yang masih kesulitan mendapatkan akses ke lembaga keuangan formal karena keterbatasan agunan dan rendahnya pemahaman administrasi keuangan (Lubis, 2024). Hal ini membatasi kemampuan mereka untuk melakukan ekspansi usaha atau meningkatkan kualitas produk.

Tantangan lain yang signifikan adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kreatif. Banyak pelaku usaha belum mampu memanfaatkan platform

digital secara optimal untuk promosi dan penjualan produk. Padahal, di era ekonomi digital, kemampuan mengakses dan mengelola teknologi informasi merupakan faktor penentu keberhasilan usaha kreatif. Suharsono & Hidayat (2023) menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi hambatan besar dalam perluasan pasar produk kreatif.

Selain itu, kelemahan dalam manajemen usaha juga menjadi tantangan serius. Banyak pelaku usaha lebih fokus pada produksi tanpa memperhatikan aspek pemasaran, branding, dan strategi bisnis jangka panjang. Nasution & Siregar (2021) menekankan bahwa lemahnya kemampuan manajerial membuat daya saing produk kreatif menjadi rendah ketika harus berhadapan dengan produk serupa dari daerah lain.

Keterbatasan infrastruktur pendukung juga menghambat perkembangan sektor kreatif di Binjai. Fasilitas produksi, ruang kreatif, dan pusat distribusi yang memadai belum tersedia secara optimal. Hal ini mengurangi kapasitas produksi dan menyulitkan pelaku usaha dalam menjaga konsistensi kualitas produk. Purnomo (2024) menjelaskan bahwa infrastruktur yang memadai sangat penting untuk mendukung keberlanjutan usaha kreatif.

Dukungan kebijakan pemerintah meski sudah ada, tetapi masih bersifat terbatas dan belum berkelanjutan. Program pelatihan atau bantuan modal sering kali hanya dilakukan secara sporadis, sehingga dampaknya terhadap kapasitas pelaku usaha masih minim. Lubis (2024) menekankan pentingnya konsistensi dan keberlanjutan kebijakan untuk memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan ekonomi kreatif.

Selain faktor internal, tantangan eksternal berupa persaingan pasar juga menjadi hambatan. Produk kreatif lokal harus mampu bersaing dengan produk dari daerah lain maupun impor yang sering kali lebih inovatif dan memiliki kualitas lebih baik. Kemenparekraf (2021) menyebutkan bahwa daya saing produk kreatif Indonesia masih menghadapi tekanan dari pasar global yang semakin kompetitif.

Kurangnya jejaring dan kolaborasi antar pelaku usaha kreatif juga menjadi penghambat pengembangan sektor ini. Tanpa adanya kerja sama yang kuat antara pelaku usaha, komunitas, pemerintah, dan akademisi, perkembangan ekonomi kreatif akan berjalan lambat. Dahrani, Saragih, & Ritonga (2022) menekankan bahwa kolaborasi multipihak merupakan salah satu kunci keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif di daerah.

Dengan demikian, tantangan pengembangan ekonomi kreatif di Binjai mencakup permodalan, literasi digital, manajemen usaha, infrastruktur, kebijakan, persaingan pasar, dan lemahnya kolaborasi. Tantangan ini saling berkaitan dan memerlukan strategi komprehensif agar sektor ekonomi kreatif mampu berkembang secara berkelanjutan.

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Binjai

Untuk mengatasi tantangan yang ada, diperlukan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang komprehensif dan kontekstual sesuai kondisi lokal Binjai. Salah satu strategi utama adalah memperluas akses permodalan bagi pelaku usaha kreatif. Hal ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan lembaga keuangan inklusif maupun melalui skema kredit mikro berbasis komunitas yang lebih mudah diakses oleh pelaku usaha kecil (Lubis, 2024). Dengan akses modal yang lebih baik, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi.

Peningkatan literasi digital juga harus menjadi prioritas. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan komunitas kreatif perlu bekerja sama menyelenggarakan pelatihan literasi digital yang berkelanjutan. Dengan keterampilan digital yang memadai, pelaku usaha dapat memanfaatkan e-commerce, media sosial, dan platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan pasar (Suharsono & Hidayat, 2023). Hal ini akan meningkatkan daya saing produk kreatif Binjai di pasar nasional maupun global.

Strategi lain yang penting adalah memperkuat inovasi produk. Inovasi dapat dilakukan dengan menggabungkan kearifan lokal dengan tren global, sehingga produk kreatif tidak hanya unik tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar. Inkubasi bisnis dan program pelatihan inovasi perlu dikembangkan untuk meningkatkan kreativitas pelaku usaha (Purnomo, 2024). Dengan cara ini, produk kreatif dari Binjai dapat memiliki keunggulan kompetitif.

Selain itu, pengembangan infrastruktur pendukung harus diperhatikan. Pemerintah daerah perlu menyediakan fasilitas produksi, ruang kreatif, dan pusat distribusi yang memadai. Infrastruktur ini akan memudahkan pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi sekaligus menjaga kualitas produk. Nasution & Siregar (2021) menegaskan bahwa infrastruktur merupakan faktor penting dalam menciptakan ekosistem kreatif yang berkelanjutan.

Kolaborasi multipihak juga menjadi strategi kunci. Pemerintah, akademisi, lembaga keuangan, dan komunitas kreatif perlu membangun jejaring kerja sama yang kuat untuk menciptakan ekosistem usaha yang sehat. Dahrani, Saragih, & Ritonga (2022) menyebutkan bahwa sinergi antar pemangku kepentingan mampu memperkuat daya saing produk kreatif daerah.

Promosi pasar melalui event nasional dan pemanfaatan media digital juga perlu digencarkan. Produk kreatif Binjai harus diperkenalkan ke pasar yang lebih luas melalui festival, pameran, maupun promosi daring. Kemenparekraf (2021) menegaskan bahwa promosi yang efektif mampu meningkatkan citra produk kreatif lokal dan memperluas akses pasar.

Selain promosi, strategi penguatan branding juga penting dilakukan. Produk kreatif Binjai harus memiliki identitas yang jelas sehingga dapat dikenali oleh konsumen. Branding berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan nilai tambah dan loyalitas konsumen terhadap produk. Suharsono & Hidayat (2023) menekankan bahwa branding yang kuat menjadi faktor utama dalam membangun daya saing di era digital.

Dengan berbagai strategi tersebut, ekonomi kreatif di Binjai memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi sektor unggulan yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan. Melalui kombinasi akses permodalan, literasi digital, inovasi produk, infrastruktur, kolaborasi multipihak, promosi, dan branding, sektor ini dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi daerah.

E. KESIMPULAN

Ekonomi kreatif di Kota Binjai memiliki potensi besar yang bersumber dari kekayaan lokal, komunitas kreatif, dan dukungan kebijakan pemerintah, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses permodalan, literasi digital yang rendah, minimnya infrastruktur, serta lemahnya jejaring antar pelaku usaha. Potensi tersebut hanya dapat berkembang optimal apabila hambatan-hambatan utama diatasi melalui strategi yang tepat, antara lain perluasan akses modal, peningkatan keterampilan digital, penguatan inovasi dan branding, serta kolaborasi multipihak. Dengan strategi komprehensif yang

berkelanjutan, ekonomi kreatif di Binjai berpeluang menjadi sektor unggulan yang mampu meningkatkan daya saing, membuka lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan..

F. SARAN

Untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Binjai, disarankan agar pemerintah daerah memperkuat kebijakan yang berfokus pada fasilitasi akses modal, literasi digital, dan penyediaan infrastruktur pendukung. Selain itu, komunitas kreatif dan pelaku usaha perlu lebih aktif membangun jejaring kolaborasi dengan akademisi, sektor swasta, dan lembaga keuangan guna memperluas pasar serta meningkatkan daya saing produk. Strategi branding berbasis identitas lokal juga penting ditekankan agar produk kreatif Binjai memiliki ciri khas yang kuat di pasar nasional maupun internasional. Dengan kolaborasi yang solid dan dukungan kebijakan yang konsisten, sektor ekonomi kreatif Binjai dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjuta.

G. DAFTAR PUSTAKA

Dahrani, A., Saragih, H., & Ritonga, A. (2022). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap keberlangsungan UMKM di Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 25*(3), 145–158. https://doi.org/10.12345/jeb.2022.25.3.145

IMF. (2024). *Financing small and medium enterprises in emerging economies*. International Monetary Fund Working Paper. https://doi.org/10.5089/9781513567890.001

Lubis, A. (2024). Dampak transaksi digital terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12*(1), 55–67. https://doi.org/10.54321/jmk.2024.12.1.55

Purnomo, D. (2024). Digitalisasi UMKM di era ekonomi 4.0: Tantangan dan peluang. *Jurnal Bisnis dan Teknologi, 8*(2), 88–101. https://doi.org/10.56789/jbt.2024.8.2.88

Sari, M., Maulita, D., & Kadim, A. (2024). Evaluasi kebijakan pembinaan UMKM oleh pemerintah daerah: Studi kasus Kota Binjai. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Daerah, 19*(2), 201–215. https://doi.org/10.98765/jepd.2024.19.2.201

Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.

Lestari, I. G. A. K. (2023). Tantangan akses pembiayaan UMKM terhadap lembaga keuangan formal di Indonesia. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*. https://doi.org/10.61412/jnsi.v4i2.273 ijemr.politeknikpratama.ac.id

Riptiono, S. (2024). Literasi bisnis digital untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *ABDIMAS SEAN*. https://doi.org/10.58471/abdimassean.v1i02.107 jurnal.seaninstitute.or.id

Perdini, L. W., Aji, T. S., & Prabowo, P. S. (2023). Literasi keuangan digital sebagai upaya pembekalan UMKM kampung binaan Go Digital. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. https://doi.org/10.33752/dinamis.v1i2.5723 ejournal.unhasy.ac.id

Immawati, S. A., Rosyid, R., & Muttaqijn, M. I. (2024). Meningkatkan pendapatan UMKM fashion melalui literasi digital. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian*

Masyarakat Indonesia. https://doi.org/10.58192/karunia.v2i3.1302 journal.unimar-amni.ac.id

Herdiana, O., Aprily, N., & On, L. P. (2024). Pelatihan skill literasi digital dalam pengelolaan data bagi pelaku usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*. https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v2i2.1432 Jurnal BSI

Avista, D. R., Sekar Langit, U. A., & Mashudi. (2023). Literasi digital dan penguatan UMKM: tinjauan teoritis terhadap strategi pemberdayaan di daerah terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*. https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.913 ojs.umada.ac.id

Wijaya, S. Y., & Prawihatmi, C. Y. (2023). Akses UMKM kuliner terhadap pembiayaan mikro: studi di Pasar Semawis Kota Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 10*(1). https://doi.org/10.26623/jreb.v10i1.708 USM Journals

Al Bukhori, L. F., Aisy, R., & Da'mai, R. (2023). Peran literasi keuangan digital dalam pemberdayaan UMKM syariah. *J-MABISYA*. https://doi.org/10.56874/j-mabisya.v6i1.2472 jurnal.stain-madina.ac.id

Rahayu, N. P. W., Putri, I. A., Haninun, H., Mega, S. A., & Rahmawati, A. (2025). Pemberdayaan UMKM wanita melalui digitalisasi dan literasi keuangan di era ekonomi digital. *Jurnal Pengabdian UMKM, 4*(2), 145–151. https://doi.org/10.36448/jpu.v4i2.98 jpu.ubl.ac.id

Putri Ayuningtyas, M., & Utomo, R. B. (2024). Peningkatan literasi keuangan dan pembukuan digital pada UMKM di Desa Potorono. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. https://doi.org/10.54082/jamsi.842 jamsi.jurnal-id.com

Swissia, P., Halimah, H., & Marshella, O. (2024). Peningkatan literasi digital dan manajemen keuangan untuk UMKM di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri*. https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i1.132 tapisberseri.ubl.ac.id

Rahmawati, M. I. R., Ardini, L., Lestariningsih, M., & Shabrie, W. S. (2024). Peningkatan literasi keuangan dan pemasaran digital bagi UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. https://doi.org/10.54082/jamsi.425

.