

PERAN STRATEGI GENERASI Z DALAM OPTIMALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PELAKU UMKM DI KABUPATEN DELI SERDANG

Feberlina Hulu¹, M. Chaerul Rizky,² Dewi Nurmasari Pane³, Dea Putri Ananda⁴, Larissa Pia Revianty,⁵
^{1,2,3,4,5} Prodi Manajemen, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi
Email: feberlinahulu170203@gmail.com, mchaerulrizky@dosen.pancabudi.ac.id,
dewinurmasaripane@dosen.pancabudi.a.id, deap79942@gmail.com, Larisaicamedan@gmail.com

Received: 01-05-2026 | Revised: 20-05-2026 | Accepted: 01-06-2026 | Published: 26-06-2026

Abstract

This study aims to identify and analyze the role of Generation Z strategies in optimizing the utilization of digital technology among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Deli Serdang Regency. Amid the rapid advancement of the digital era, digital transformation has become a crucial necessity for MSMEs to enhance their competitiveness, expand market reach, and improve operational effectiveness and efficiency. However, many MSME owners still face various challenges in utilizing digital technology optimally, including limited digital literacy, financial constraints, and a lack of understanding of digital marketing strategies. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 65 MSME respondents. The data were analyzed through reliability testing, descriptive statistics, multiple linear regression, F-tests, and t-tests using IBM SPSS software. The results indicate that all research instruments met the reliability criteria, with Cronbach's Alpha values exceeding 0.70, confirming that the instruments were reliable and suitable for data collection. The simultaneous test results revealed that Generation Z strategies collectively have a significant effect on the optimization of digital technology utilization among MSMEs. Meanwhile, the partial test results showed that the Generation Z Strategic Role variable (X1) has a positive and significant effect on the optimization of digital technology utilization among MSMEs, while the other variables did not demonstrate a significant influence. The findings suggest that Generation Z holds a strategic position as an agent of change in supporting the digital transformation of MSMEs. Their contributions are reflected in the utilization of social media as a promotional tool, the implementation of digital marketing strategies, the enhancement of digital literacy, and assistance in adopting various technologies that support business activities. Therefore, stronger collaboration and synergy among Generation Z, government institutions, higher education institutions, and MSME actors are essential to accelerate sustainable digital transformation and improve the competitiveness of MSMEs in the digital economy era.

Keywords: Digital Technology, Digital Transformation, Generation Z, MSMEs.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peran strategi Generasi Z dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Deli Serdang. Di tengah perkembangan era digital yang semakin pesat, transformasi digital menjadi salah satu kebutuhan utama bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional usaha. Namun, pada kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai hambatan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal, seperti rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan modal usaha, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 65 responden pelaku UMKM. Data dianalisis menggunakan uji reliabilitas, statistik deskriptif, regresi linear berganda, uji F, dan uji t dengan bantuan aplikasi IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa strategi Generasi Z secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap

optimalisasi pemanfaatan teknologi digital pada UMKM. Sementara itu, secara parsial variabel Peran Strategi Generasi Z (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital UMKM, sedangkan variabel lainnya belum menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa Generasi Z memiliki posisi yang strategis sebagai agen perubahan dalam mendukung transformasi digital UMKM. Kontribusi tersebut terlihat melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penerapan strategi pemasaran digital, peningkatan literasi digital, serta pendampingan dalam penggunaan berbagai teknologi yang mendukung aktivitas usaha. Oleh karena itu, sinergi dan kolaborasi antara Generasi Z, pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku UMKM perlu terus diperkuat guna mempercepat proses transformasi digital yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Teknologi digital, Transformasi Digital, Generasi Z, UMKM

PENDAHULUAN

Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki potensi UMKM cukup besar dan beragam, mulai dari sektor pertanian, kuliner, kerajinan, hingga perdagangan. Keberadaan UMKM menjadi bagian penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong aktivitas ekonomi lokal. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih menggunakan pola pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di pasar tradisional dan promosi dari mulut ke mulut (Rizky, Anwar, Ardian, & Suharsono, 2024).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan strategi pemasaran dalam dunia usaha. Media sosial dan platform e-commerce kini menjadi sarana utama bagi pelaku bisnis untuk memperluas pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Data menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia telah menggunakan media sosial sebagai media promosi, tetapi pemanfaatannya masih cenderung sederhana dan belum dilakukan secara strategis (Nurendah & Purnama, 2024).

Di tengah kondisi tersebut, kehadiran Generasi Z menjadi peluang besar dalam mendorong percepatan digitalisasi UMKM. Generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 ini dikenal sebagai digital native karena tumbuh bersama perkembangan internet dan teknologi digital. Kemampuan mereka dalam memanfaatkan platform seperti TikTok, Instagram, serta marketplace online menjadikan Generasi Z sebagai mitra potensial bagi UMKM dalam memperkuat pemasaran digital dan membangun branding usaha (Sofiana dkk., 2025).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterlibatan Generasi Z mampu memberikan dampak positif terhadap transformasi digital UMKM. Penelitian di Kecamatan Paiton menemukan bahwa mayoritas responden Generasi Z pernah membantu UMKM dalam proses digitalisasi, terutama melalui promosi media sosial dan pemasaran online (Sofiana dkk., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana pola kolaborasi yang efektif antara Generasi Z dan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh peran strategi Generasi Z, dampak terhadap UMKM, dan kendala pemanfaatan teknologi digital terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital pada pelaku UMKM di Kabupaten Deli Serdang. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Deli Serdang, dengan jumlah

sampel sebanyak 65 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria pelaku UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan usahanya.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Peran Strategi Generasi Z (X1), Dampak terhadap UMKM (X2), dan Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital (X3), sedangkan variabel dependen adalah Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital (Y).

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan IBM SPSS melalui beberapa tahapan, yaitu uji reliabilitas untuk menguji konsistensi instrumen penelitian, analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antarvariabel, uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kriteria pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reabilitas X1

Tabel 1. Uji Reabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	8

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel X1 memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,789. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas karena berada di atas batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel X1 memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur konsep yang diteliti. Dengan kata lain, setiap indikator mampu memberikan hasil pengukuran yang relatif stabil dan seragam berdasarkan tanggapan responden. Tingkat konsistensi yang baik tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian pada variabel X1 dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Oleh karena itu, data yang diperoleh dari variabel X1 dinilai mampu merepresentasikan kondisi sebenarnya di lapangan dan layak digunakan dalam tahapan analisis selanjutnya.

Uji Reabilitas X2

Tabel 2. Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	8

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel X2 memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,797. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik

karena berada di atas batas minimum 0,70. Hasil ini mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel X2 memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dalam mengukur aspek yang diteliti. Konsistensi tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif stabil terhadap setiap indikator yang diajukan. Dengan demikian, instrumen pada variabel X2 dapat dipercaya untuk menghasilkan data yang akurat dan mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Oleh karena itu, variabel X2 dinilai layak digunakan dalam proses analisis lebih lanjut untuk mendukung pencapaian tujuan penelitian.

Uji Reabilitas X3

Tabel 3. Uji Reabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.780	8

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel X3 memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,780. Nilai tersebut berada di atas standar minimum reliabilitas sebesar 0,70, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel X3 dinyatakan reliabel. Temuan ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu mengukur variabel X3 secara konsisten dan memiliki tingkat keandalan yang baik. Konsistensi jawaban responden pada setiap item mengindikasikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil pengukuran yang relatif stabil. Dengan demikian, data yang diperoleh dari variabel X3 dapat dipercaya dan digunakan sebagai dasar dalam pengujian hubungan antarvariabel maupun pengujian hipotesis penelitian.

Uji Reabilitas Y

Tabel 4. Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	8

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, variabel Y memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,875. Nilai tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik karena jauh berada di atas batas minimum yang disyaratkan. Tingginya nilai Cronbach's Alpha mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Y memiliki tingkat konsistensi internal yang kuat dalam mengukur variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara tepat dan seragam. Dengan tingkat reliabilitas yang sangat baik tersebut, instrumen pada variabel Y dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, variabel Y memiliki kualitas pengukuran yang sangat baik dan layak digunakan sebagai dasar dalam analisis serta penarikan kesimpulan penelitian.

Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yaitu variabel X1 sebesar 0,789, variabel X2 sebesar 0,797, variabel X3 sebesar 0,780, dan variabel Y sebesar 0,875. Hasil tersebut membuktikan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas dan memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur masing-masing variabel. Dengan demikian, instrumen yang digunakan mampu menghasilkan data yang

stabil, akurat, dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut serta pengujian hipotesis guna memperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Uji Deskriptif

**Tabel 5. Uji Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
X1	65	21	34	28.26	2.819
X2	65	24	33	28.32	1.821
X3	65	14	26	20.23	2.754
Y	65	20	31	24.43	2.222

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, variabel X1 memiliki nilai rata-rata sebesar 28,26 dengan standar deviasi 2,819. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian yang baik terhadap variabel X1 dengan tingkat variasi jawaban yang relatif rendah. Variabel X2 memiliki nilai rata-rata sebesar 28,32 dan standar deviasi 1,821. Nilai tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang positif dan relatif seragam terhadap variabel X2. Selanjutnya, variabel X3 memperoleh nilai rata-rata sebesar 20,23 dengan standar deviasi 2,754. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap variabel X3, meskipun terdapat sedikit perbedaan persepsi di antara responden. Sementara itu, variabel Y memiliki nilai rata-rata sebesar 24,43 dan standar deviasi 2,222. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden menilai variabel Y dengan baik serta memiliki tingkat konsistensi jawaban yang cukup tinggi. Secara keseluruhan, nilai rata-rata seluruh variabel lebih besar dibandingkan standar deviasinya, yang menunjukkan bahwa data penelitian memiliki penyebaran yang baik dan tidak terdapat perbedaan jawaban yang terlalu ekstrem antarresponden.

Uji Hipotesis

**Tabel 6. Uji Hipotesis
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.362 ^a	.131	.088	2.122

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,131 atau 13,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 mampu menjelaskan variasi pada variabel Y sebesar 13,1%, sedangkan sisanya sebesar 86,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi yang relatif rendah mengindikasikan bahwa variabel Y tidak hanya dipengaruhi oleh X1, X2, dan X3, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang belum dimasukkan ke dalam model penelitian. Meskipun demikian, model penelitian tetap dapat digunakan karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, keberadaan variabel X1, X2, dan X3 tetap memberikan kontribusi dalam menjelaskan perubahan pada variabel Y meskipun pengaruhnya belum dominan.

Hasil Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.349	3	13.783	3.062	.035 ^b
	Residual	274.590	61	4.501		
	Total	315.938	64			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh bersama antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan pada variabel X1, X2, dan X3 secara bersamaan dapat memengaruhi perubahan pada variabel Y. Meskipun masing-masing variabel memiliki tingkat pengaruh yang berbeda, secara kolektif ketiganya memberikan kontribusi dalam menjelaskan variabel dependen. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan variabel Y tidak hanya bergantung pada satu faktor, tetapi perlu memperhatikan peran seluruh variabel yang diteliti secara terpadu agar hasil yang dicapai lebih optimal.

Hasil Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t Coefficients^a

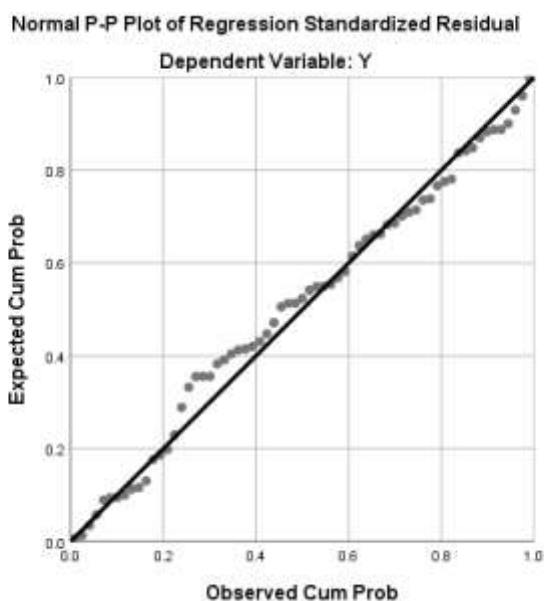
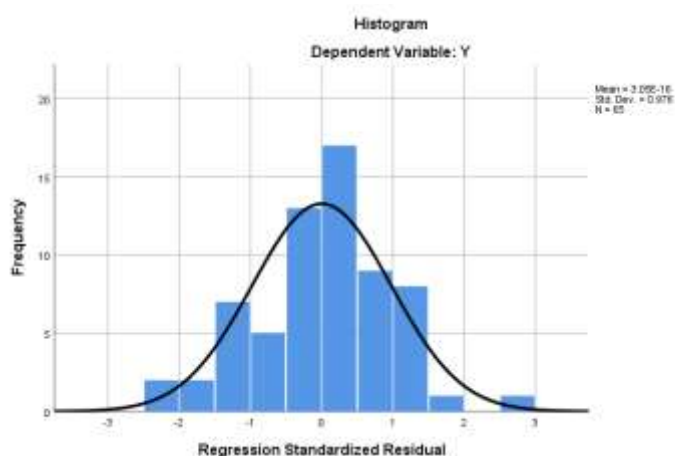
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.946	4.928		4.048	.000
	X1	.262	.098	.333	2.668	.010
	X2	-.019	.152	-.016	-.125	.901
	X3	-.118	.096	-.146	-1.222	.226

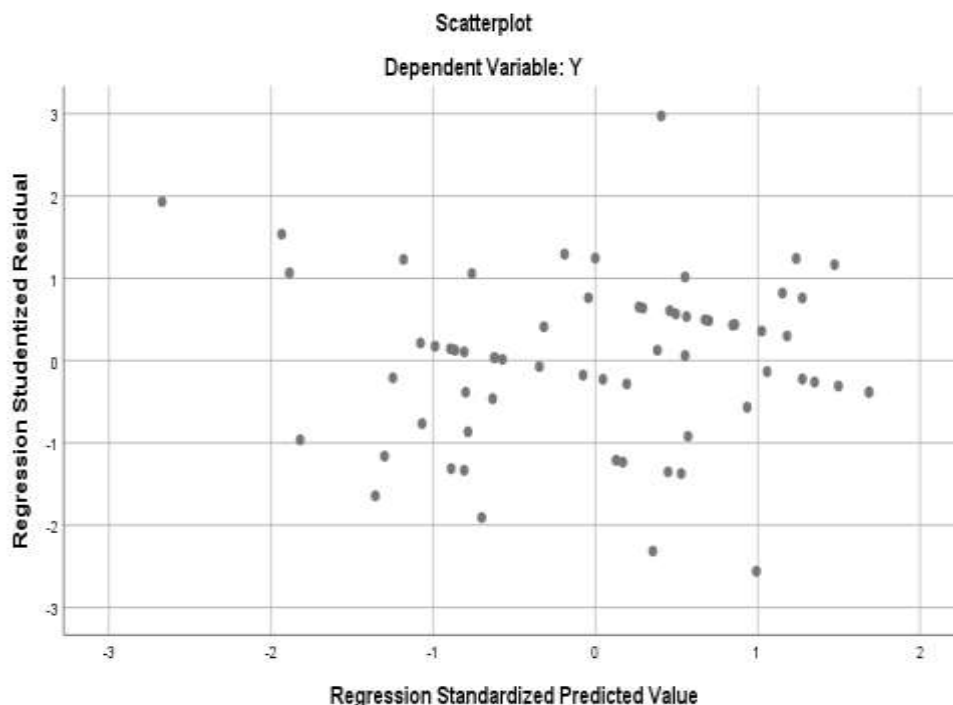
a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa variabel X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel X1 cenderung diikuti oleh peningkatan pada variabel Y. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa variabel X1 memiliki peran penting dalam memengaruhi variabel Y, sehingga semakin baik kondisi atau penerapan aspek-aspek yang terdapat pada variabel X1, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan variabel Y. Dengan demikian, variabel X1 dapat dianggap sebagai salah satu faktor utama yang mendukung tercapainya peningkatan pada variabel dependen.

Berbeda dengan variabel X1, hasil pengujian pada variabel X2 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,901 yang lebih besar dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X2 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Meskipun secara deskriptif responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap variabel X2, pengaruh yang dihasilkan belum mampu memberikan kontribusi yang berarti terhadap perubahan variabel Y. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel X2 belum menjadi faktor yang secara langsung menentukan peningkatan variabel dependen pada objek penelitian yang diteliti.

Hasil yang serupa juga ditemukan pada variabel X3. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, variabel X3 memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,226 yang lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan pada variabel X3 belum mampu memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan maupun penurunan variabel Y. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel independen yang diuji, hanya variabel X1 yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Sementara itu, variabel X2 dan X3 belum menunjukkan pengaruh yang berarti secara individual. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan variabel Y sebaiknya lebih difokuskan pada penguatan aspek-aspek yang berkaitan dengan variabel X1, karena variabel tersebut terbukti memiliki kontribusi yang paling besar dalam memengaruhi variabel Y pada penelitian ini.





Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang berada di atas batas minimum 0,70, yaitu sebesar 0,789 untuk variabel Peran Strategi Generasi Z (X1), 0,797 untuk variabel Dampak terhadap UMKM (X2), 0,780 untuk variabel Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital (X3), dan 0,875 untuk variabel Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital (Y). Dengan demikian, seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata (mean) yang lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya. Kondisi ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat penyebaran yang relatif baik dan tidak menunjukkan variasi yang terlalu tinggi antarresponden. Selain itu, jawaban responden cenderung homogen atau memiliki tingkat kesamaan persepsi yang cukup tinggi terhadap indikator-indikator yang diteliti. Variabel Dampak terhadap UMKM (X2) memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 28,32, diikuti oleh variabel Peran Strategi Generasi Z (X1) sebesar 28,26, variabel Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital (Y) sebesar 24,43, dan variabel Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital (X3) sebesar 20,23.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis secara simultan melalui Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,035 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel Peran Strategi Generasi Z (X1), Dampak terhadap UMKM (X2), dan Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital pada UMKM di Kabupaten Deli Serdang. Dengan kata lain, ketiga variabel tersebut secara kolektif mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada tingkat optimalisasi pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM.

Sementara itu, hasil pengujian secara parsial melalui Uji t menunjukkan bahwa hanya variabel Peran Strategi Generasi Z (X1) yang terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar peran dan keterlibatan Generasi Z dalam mendukung pemanfaatan teknologi digital, maka semakin tinggi pula tingkat optimalisasi penggunaan teknologi digital pada UMKM. Di sisi lain, variabel Dampak terhadap UMKM (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,901 dan variabel Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital (X3) sebesar 0,226, yang keduanya berada di atas tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, kedua variabel tersebut belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital UMKM dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Peran Strategi Generasi Z terhadap Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Peran Strategi Generasi Z (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital pada UMKM di Kabupaten Deli Serdang. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterlibatan Generasi Z mampu memberikan kontribusi nyata dalam mendorong pemanfaatan teknologi digital yang lebih efektif pada sektor UMKM. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi informasi, Generasi Z memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan berbagai platform digital untuk mendukung aktivitas bisnis.

Kemampuan tersebut terlihat dari pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penggunaan marketplace untuk memperluas pasar, serta kemampuan dalam menciptakan konten digital yang menarik dan relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini. Kehadiran Generasi Z juga membantu pelaku UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam proses pencarian informasi maupun pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sofiana et al. (2025) yang menyatakan bahwa Generasi Z memiliki peran strategis sebagai agen perubahan dalam mendorong digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital. Temuan ini juga didukung oleh teori digital native yang dikemukakan oleh Prensky (2010), yang menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi digital sehingga mampu menjadi penggerak transformasi digital dalam berbagai sektor, termasuk UMKM. Selain itu, Tapscott (2009) menegaskan bahwa generasi yang tumbuh di era internet memiliki kemampuan adaptasi yang lebih cepat terhadap perkembangan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, keterlibatan Generasi Z dapat menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

2. Pengaruh Dampak terhadap UMKM terhadap Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Dampak terhadap UMKM (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM telah merasakan berbagai manfaat dari penggunaan teknologi digital, seperti peningkatan akses pasar, kemudahan komunikasi dengan pelanggan, dan efisiensi operasional, manfaat tersebut belum menjadi faktor utama yang secara langsung mendorong optimalisasi pemanfaatan teknologi digital.

Kondisi ini dapat terjadi karena sebagian pelaku UMKM masih berada pada tahap awal proses transformasi digital sehingga manfaat yang dirasakan belum sepenuhnya mampu memengaruhi keputusan

dan perilaku mereka dalam mengadopsi teknologi secara berkelanjutan. Selain itu, persepsi terhadap manfaat teknologi tidak selalu diikuti oleh kemampuan dalam mengimplementasikan teknologi tersebut secara optimal dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Hasil penelitian ini memperkuat pandangan OECD (2021) yang menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh manfaat yang diperoleh, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, kemampuan adaptasi teknologi, serta dukungan lingkungan bisnis yang memadai. Dengan demikian, manfaat teknologi digital perlu didukung oleh peningkatan kompetensi dan kesiapan pelaku usaha agar dapat memberikan dampak yang lebih nyata terhadap perkembangan UMKM.

3. Pengaruh Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital terhadap Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital (X3) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital UMKM. Hasil ini mengindikasikan bahwa berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM belum menjadi faktor dominan yang menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam pemanfaatan teknologi digital.

Meskipun demikian, hasil observasi dan tanggapan responden menunjukkan bahwa masih terdapat sejumlah hambatan yang sering dihadapi dalam proses digitalisasi UMKM. Hambatan tersebut antara lain keterbatasan modal usaha untuk mengadopsi teknologi, rendahnya tingkat literasi digital, kurangnya pemahaman terhadap pemasaran digital, serta belum meratanya akses internet di beberapa wilayah. Namun, keberadaan kendala tersebut tampaknya belum cukup kuat untuk menghambat pelaku UMKM yang memiliki motivasi tinggi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usahanya.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM lebih banyak ditentukan oleh kemampuan adaptasi dan kesiapan pelaku usaha dibandingkan dengan besarnya hambatan yang dihadapi. Hasil penelitian ini sejalan dengan laporan Kementerian Koperasi dan UKM (2023) yang menyatakan bahwa transformasi digital UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan teknis, namun peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital tetap menjadi faktor pendorong utama bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dan berkembang.

4. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa upaya peningkatan digitalisasi UMKM perlu difokuskan pada penguatan peran Generasi Z sebagai pendamping dan penggerak transformasi digital. Generasi Z dapat berperan sebagai fasilitator yang membantu pelaku UMKM memahami dan memanfaatkan berbagai teknologi digital yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

Oleh karena itu, diperlukan program yang berkelanjutan dalam bentuk pelatihan digital marketing, pengelolaan media sosial, pemanfaatan marketplace, penggunaan sistem pembayaran digital, serta pengelolaan aplikasi keuangan berbasis teknologi. Program-program tersebut perlu melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, perguruan tinggi, komunitas digital, dan pelaku UMKM agar proses transformasi digital dapat berjalan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Selain memberikan kontribusi praktis, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat kajian mengenai peran Generasi Z sebagai agen perubahan dalam transformasi digital UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan generasi muda yang memiliki kompetensi digital dapat

menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin dinamis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi Generasi Z memiliki peran yang penting dalam mendorong optimalisasi pemanfaatan teknologi digital pada pelaku UMKM di Kabupaten Deli Serdang. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan variabel Peran Strategi Generasi Z, Dampak terhadap UMKM, dan Kendala Pemanfaatan Teknologi Digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital pada UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dalam mendukung proses adaptasi teknologi di lingkungan usaha.

Secara parsial, variabel Peran Strategi Generasi Z merupakan satu-satunya variabel yang terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan teknologi digital UMKM. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keterampilan digital yang dimiliki Generasi Z, seperti kemampuan memanfaatkan media sosial, mengelola pemasaran digital, menggunakan marketplace, serta memahami perkembangan teknologi informasi, menjadi faktor yang sangat berperan dalam membantu UMKM meningkatkan efektivitas operasional dan memperluas jangkauan pasar. Dengan karakteristik sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, Generasi Z mampu menjadi penggerak sekaligus pendamping dalam proses transformasi digital UMKM.

Di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain rendahnya tingkat literasi digital sebagian pelaku usaha, keterbatasan modal untuk mengadopsi teknologi, serta belum meratanya akses terhadap infrastruktur digital. Meskipun kendala tersebut tidak terbukti berpengaruh signifikan secara statistik, keberadaannya tetap menjadi perhatian karena berpotensi menghambat percepatan transformasi digital jika tidak ditangani secara tepat.

Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang berkelanjutan antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, komunitas digital, Generasi Z, dan pelaku UMKM dalam menciptakan program pelatihan, edukasi, serta pendampingan digital yang terstruktur. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemampuan adaptasi teknologi para pelaku UMKM sehingga mampu bersaing dan berkembang secara berkelanjutan di tengah dinamika ekonomi digital yang terus berkembang. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan transformasi digital UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Rizky, M. C., Anwar, Y., Ardian, N., & Suharsono, R. P. (2024). Strategi peningkatan sumber daya manusia pelaku UMKM desa melalui optimasi platform digital. *JPMSM*, 4(2), 235–241.
- Nurendah, Y., & Purnama, D. (2024). Implementasi digital marketing dalam mendukung promosi UMKM. *Manajemen Business Innovation Conference (MBIC)*, 7, 305.
- Sofiana, N. N., Azizah, F. N., Rahmania, I., Hafsawati, N., Mufidah, H., & Faizah, I. N. (2025). Generasi Z sebagai agen perubahan dalam mendorong digitalisasi UMKM melalui media sosial di Kecamatan Paiton. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(3), 482–487.
- Pratama, A. (2023). *Peran Generasi Z dalam Mendorong Transformasi Digital UMKM di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Nusantara Digital.

- Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Rizky, M. (2022). Pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap kinerja UMKM pada era new normal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 145–156.
- Rizky, M., Manullang, R., & Siregar, D. (2024). Pendampingan transformasi digital UMKM melalui peningkatan literasi teknologi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 25–37.
- Sofiana, N., Putri, A. R., & Hidayat, M. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital dan Kewirausahaan*, 4(1), 55–68.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan Digitalisasi UMKM Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Manullang, R., & Rizky, M. (2024). Human capital dan transformasi digital sebagai faktor peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 12(1), 88–101.
- Aulia, L., Pane, D. N., & Siregar, N. (2026). Implementation of digital marketing on Wardah consumer satisfaction in TikTok Shop: Case study of management study program students, 2021, Panca Budi Development University. *Jurnal Fokus Manajemen*, 6(2), 581–594.
- Fadilah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh konten digital terhadap Generasi Z dalam pemanfaatan media sosial dan digital native di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy: Ilmu Sosial, Humaniora, dan Pendidikan*, 4(2), 1–11.
- Manullang, A. P., & Rizky, M. C. (2024). Strategi kepemimpinan: Peran human capital pada perusahaan industri. *JKPIM: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 4(2), 93–104.
- Mesra, B., Wahyuni, S., Sari, M. M., & Pane, D. N. (2021). E-commerce sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(3), 115–120.
- Nugroho, J., Arifin, A. L., & Ludfi, A. A. (2025). Peran Gen Z dalam pemanfaatan media sosial untuk daya saing UMKM menuju Indonesia Emas 2045. *Efektor*, 12(2), 283–295.
- Rahmawansyah, R., & Pane, D. N. (2025). Analisis efektivitas strategi pemasaran digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada platform e-commerce (Studi kasus Toko Sajodo Snack di Shopee). *Edu Society*, 5(1), 243–254.
- Ramdhani, A. T. A., & Madani, A. R. (2023). Aktivasi Gen-Z terhadap pengembangan UMKM melalui digitalisasi: Studi kasus di wilayah Kapanewon Moyudan. *Aplikasia*, 23(2), 159–166.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing.
- World Bank. (2022). *Digital Opportunities for SMEs*. Washington, DC: World Bank.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: [Badan Penerbit Universitas Diponegoro](#).
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Santoso, Singgih. (2022). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Malhotra, Naresh K.. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, A., dkk. (2025). Strategi Digital Marketing dan Peningkatan Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 27(1), 45–58.

Fionita, R., dkk. (2024). *Pengaruh Transformasi Digital terhadap Peningkatan Omset UMKM*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 8(2), 112–124.

APJII. (2024). *Survei Internet Indonesia 2024*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.