

PERAN MANAJEMEN PERUBAHAN PADA UMKM D'SRUPUT

Manisih Indriani¹, Nisa Ramadani², Azariah³, Siti Mujayanah⁴, Ramdani Bayu Putra⁵

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

e-mail: manisihindrianiindru@gmail.com¹, ramadaninisa174@gmail.com²,
azariahnofriadi@gmail.com³, siti.mujayanah034@gmail.com⁴, ramdanibayuputra@gmail.com⁵

Abstrak – Laporan Project Based Learning (PBL) ini berjudul “Peran Manajemen Perubahan pada UMKM D’Sruput” yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses perubahan terjadi serta bagaimana strategi manajemen perubahan diterapkan pada UMKM D’Sruput sebagai salah satu pelaku usaha di sektor kuliner. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode kualitatif melalui observasi langsung dan wawancara dengan pihak UMKM D’Sruput di Cabang Lubuk Begalung, Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM D’Sruput melakukan berbagai bentuk perubahan untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usaha, di antaranya inovasi menu, penerapan digital marketing, peningkatan desain kemasan, penambahan sistem pembayaran digital, serta perbaikan pelayanan kepada pelanggan. Perubahan tersebut dilakukan sebagai respon terhadap dinamika pasar, perkembangan teknologi, serta kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Dalam prosesnya, UMKM D’Sruput juga menghadapi sejumlah tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan persaingan pasar, namun mampu mengatasinya melalui strategi manajemen perubahan yang terencana. Secara keseluruhan, penerapan manajemen perubahan pada UMKM D’Sruput memberikan dampak positif berupa meningkatnya efisiensi operasional, bertambahnya minat pelanggan, serta penguatan identitas merek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa dan pelaku UMKM lainnya tentang pentingnya manajemen perubahan dalam keberlanjutan usaha di era yang terus berkembang.

Kata Kunci: Manajemen Perubahan, UMKM, Project Based Learning (PBL).

PENDAHULUAN

Manajemen perubahan (change management) adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan perubahan dalam sebuah organisasi agar perubahan tersebut dapat diterima dan diimplementasikan dengan baik, tanpa menimbulkan dampak negatif yang signifikan. Latar belakang manajemen perubahan bermula dari kebutuhan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal dan internalnya, baik dalam hal teknologi, regulasi, kebutuhan pasar, maupun dinamika internal perusahaan.

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia bisnis dan organisasi menghadapi perubahan yang semakin cepat dan kompleks. Faktor-faktor seperti kemajuan teknologi, globalisasi, perubahan demografis, serta perubahan sosial dan budaya menuntut organisasi untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dengan cara yang lebih efisien dan efektif. Oleh karena itu, manajemen perubahan menjadi sangat penting untuk memastikan organisasi dapat merespons perubahan tersebut dengan cara yang terstruktur dan terkelola.

Dengan adanya manajemen perubahan yang baik, organisasi dapat meningkatkan kemampuan adaptasi, mengurangi ketidakpastian, serta meminimalkan gangguan yang mungkin terjadi selama proses perubahan. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan daya saing organisasi di pasar yang semakin dinamis.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki latar belakang yang erat kaitannya dengan dinamika perekonomian nasional, kebutuhan penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan kesejahteraan. UMKM mulai mendapat perhatian yang lebih besar sejak era pasca-kemerdekaan, di mana sektor ini diakui sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, terutama di daerah-daerah rural dan perkotaan.

Pada awalnya, banyak UMKM yang berbasis pada sektor pertanian dan kerajinan tangan, namun seiring waktu, usaha-usaha kecil ini berkembang ke sektor lain seperti perdagangan, industri kreatif, makanan dan minuman, serta teknologi. Perkembangan UMKM

di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah yang mendukung pertumbuhan sektor ini melalui berbagai program pembiayaan, pelatihan, dan pemasaran. Misalnya, melalui kredit mikro, fasilitasi akses pasar, serta pelatihan kewirausahaan yang bertujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM.

Di sisi lain, UMKM juga didorong oleh kebutuhan untuk menciptakan lapangan pekerjaan, mengingat tingginya angka pengangguran di Indonesia, serta untuk mengurangi ketimpangan ekonomi antara kota dan desa. UMKM memiliki potensi besar untuk mendukung inklusi sosial dan ekonomi dengan melibatkan berbagai lapisan masyarakat, termasuk kelompok marginal dan pelaku usaha di daerah terpencil.

Dengan berkembangnya teknologi dan digitalisasi, UMKM kini semakin diuntungkan dengan kemudahan akses ke pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce, media sosial, serta layanan pembayaran digital. Meski begitu, tantangan tetap ada, terutama dalam hal pembiayaan, keterampilan manajerial, dan pengembangan inovasi produk. Namun, keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM tetap menjadi kunci penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penggerak ekonomi lokal maupun dalam mendukung kestabilan ekonomi nasional secara keseluruhan.

Usaha martabak di Indonesia memiliki latar belakang yang panjang dan berakar dalam tradisi kuliner lokal. Martabak sendiri adalah jenis makanan yang berasal dari Timur Tengah, namun telah bertransformasi menjadi salah satu jajanan kaki lima yang sangat populer di Indonesia. Martabak pertama kali diperkenalkan ke Indonesia oleh pedagang India yang datang ke Nusantara, terutama di daerah Aceh, sekitar abad ke-19. Seiring waktu, martabak berkembang menjadi salah satu makanan yang banyak ditemukan di berbagai daerah Indonesia dengan variasi rasa dan cara penyajian yang berbeda-beda.

Pada umumnya, martabak terdiri dari dua jenis utama: martabak manis (terang bulan) dan martabak telur. Martabak manis adalah jenis martabak yang lebih dikenal sebagai makanan penutup, dengan adonan tepung terigu yang dimasak di atas wajan datar dan diisi dengan berbagai topping manis, seperti cokelat, kacang, keju, dan gula. Sementara itu, martabak telur, yang umumnya berisi daging cincang, telur, bawang, dan rempah, lebih dikenal sebagai makanan utama yang gurih dan sering dijadikan camilan malam hari.

Seiring berjalannya waktu, usaha martabak menjadi salah satu jenis usaha yang banyak digeluti oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah biaya modal yang relatif rendah, bahan baku yang mudah diperoleh, dan proses pembuatan yang tidak terlalu rumit. Usaha martabak juga tidak memerlukan tempat yang besar atau peralatan mahal, sehingga cocok dijalankan oleh siapa saja, baik di kawasan urban maupun rural. Seiring berkembangnya tren kuliner, banyak inovasi yang dilakukan oleh pengusaha martabak, seperti penambahan berbagai topping atau varian rasa yang lebih kekinian, yang membuatnya semakin diminati oleh berbagai kalangan.

Selain itu, usaha martabak juga menjadi salah satu alternatif usaha yang menguntungkan karena tingginya permintaan dari masyarakat yang menggemari makanan ini, terutama sebagai camilan atau makanan malam. Banyak pedagang martabak yang memulai usahanya dari warung kaki lima atau gerobak sederhana, namun seiring waktu, ada juga yang berkembang menjadi usaha dengan cabang yang lebih besar. Kesuksesan usaha martabak juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendorong perekonomian lokal. Dengan adanya dukungan teknologi dan pemasaran digital, usaha martabak kini semakin mudah untuk diperkenalkan ke pasar yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu pengamatan (observasi) dan wawancara langsung dengan karyawan D'SRUPUT. Metode penelitian kualitatif adalah

metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Pada penelitian kualitatif ini nantinya penyaji akan menyajikan data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan dalam bentuk angka. Data tersebut akan kami dapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto dan video. Kami sebagai peniliti akan langsung turun ke lapangan atau ke lokasi D'SRUPUT CABANG LUBUK BEGALUNG guna mendokumentasikan proses penelitian sebagai bukti dalam pelaksanaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM D'Sruput

UMKM D'Sruput adalah sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang kuliner, khususnya penyediaan minuman segar dan kekinian. Usaha ini berfokus pada penyajian berbagai varian minuman dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau, serta kualitas bahan yang terjaga. Sebagai UMKM, D'Sruput menjalankan kegiatan operasionalnya dalam skala usaha yang relatif kecil, namun tetap mengedepankan inovasi produk, pelayanan ramah, dan konsistensi dalam memberikan pengalaman minum yang menyenangkan bagi pelanggan.

D'Sruput berperan sebagai pelaku usaha lokal yang mendukung perekonomian masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan tenaga kerja sekitar, serta kontribusi terhadap perkembangan sektor kuliner. Dengan konsep usaha yang fleksibel dan adaptif, D'Sruput terus berupaya memenuhi kebutuhan konsumen dengan mengutamakan kualitas rasa, kebersihan, serta kepuasan pelanggan.

Perubahan Yang Dilakukan D'Sruput

UMKM D'Sruput, sebagai sebuah usaha kuliner yang berfokus pada usaha minuman yang terjamin kualitas rasa, telah melakukan beberapa perubahan dan inovasi dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar. Beberapa perubahan ini tidak hanya berfokus pada aspek produk, tetapi juga pada manajemen usaha, pemasaran, dan pengelolaan operasional. Berikut adalah beberapa jenis perubahan yang dilakukan oleh UMKM D'Sruput:

1. Inovasi Menu Varian Produk

D'Sruput menambah dan mengembangkan menu baru agar pelanggan tidak bosan dan usaha terlihat lebih kreatif.

Contohnya: menambah rasa baru, topping baru, dan membuat menu signature.

2. Perubahan dari Promosi Tradisional ke Digital Marketing

Awalnya hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut, sekarang menggunakan:

- Instagram
- TikTok
- WhatsApp Business
- Konten foto/video produk

Hal ini membuat D'Sruput lebih mudah dikenal banyak orang.

3. Sistem Pemesanan Lebih Praktis

Sekarang tidak hanya pesan langsung di tempat, tetapi juga bisa:

- Pesan lewat chat
- Pre-order
- Pesan lewat media sosial

Ini membuat konsumen lebih mudah dan cepat membeli.

4. Perbaikan Desain Kemasan (Packaging)

D'Sruput mulai menggunakan kemasan yang lebih menarik dan kekinian

Tujuan: brand lebih terlihat profesional dan menarik di sosial media.

5. Penambahan Sistem Pembayaran

Dari hanya menerima pembayaran cash, sekarang sudah membuka:

- QRIS

- Transfer digital

Ini memudahkan pembeli dan mengikuti kebiasaan pembeli muda.

6. Branding Lebih Konsisten

Mulai membuat:

- Logo
- Warna khas
- Tema konten

Branding yang konsisten membuat D'Sruput lebih mudah dikenali.

7. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Perubahan yang dilakukan:

- Respon chat lebih cepat
- Pelayanan ramah
- Menjaga kebersihan dan kecepatan penyajian

Tujuannya menjaga loyalitas pelanggan.

8. Membuat Promo & Program Khusus

Contoh perubahan:

- Diskon saat hari tertentu
- Beli 5 gratis 1
- Promo bundling

Hal ini untuk menarik kembali pembeli lama dan calon pembeli baru.

KESIMPULAN

Usaha D'Sruput merupakan bisnis minuman kekinian yang memiliki peluang besar di tengah tren konsumsi minuman modern. Strategi promosi kreatif kualitas produk yang terjaga, serta pelayanan yang baik menjadi kunci utama dalam menarik minat dan menjaga kepuasan pelanggan.

Meskipun menghadapi beberapa kendala seperti persaingan dan perubahan kondisi pasar, D'Sruput mampu mengatasinya melalui inovasi produk, peningkatan promosi, serta manajemen usaha yang lebih efisien. Dengan terus berinovasi dan menjaga kualitas, D'Sruput berpotensi menjadi usaha minuman yang berkembang dan berdaya saing tinggi.

Saran

UMKM D'Sruput disarankan untuk memperkuat strategi pemasaran digital agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini dapat dilakukan melalui konsistensi dalam pembuatan konten, penggunaan media sosial secara optimal, serta pengembangan citra merek yang lebih menarik dan relevan bagi target pasar.

Pelatihan berkelanjutan juga perlu diberikan kepada karyawan, terutama terkait pelayanan pelanggan, pengendalian kualitas produk, dan peningkatan efisiensi operasional. Dengan adanya pelatihan rutin, UMKM akan lebih siap dalam menghadapi perubahan dan mampu meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

Di sisi operasional, UMKM D'Sruput dianjurkan untuk melakukan evaluasi terhadap alur kerja yang sudah berjalan. Optimalisasi manajemen bahan baku, jadwal produksi, dan pengaturan persediaan diperlukan untuk meminimalisir pemborosan dan meningkatkan produktivitas.

UMKM juga perlu mulai menerapkan pengambilan keputusan berbasis data. Pencatatan penjualan, pengeluaran, serta performa produk secara lebih sistematis akan membantu pemilik usaha dalam menentukan strategi yang lebih tepat, baik dalam penetapan harga, promosi, maupun pengembangan produk baru.

Selain itu, strategi manajemen perubahan harus dilakukan secara lebih terstruktur. Perencanaan, komunikasi, pelaksanaan, hingga evaluasi perubahan harus dikelola dengan baik agar proses adaptasi dapat berjalan lebih lancar dan terarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Perkasa, M. W., Pilipus, Y. I. F., Yunus, M. G., Putra, A. B., Attaqy, A. T., & Hidayati, T. (2024). Strategi manajemen perubahan dan harapan: Kunci sukses UMKM menghadapi tantangan bisnis masa depan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 542–549. Kolibri
- Jamaludin, A., Sihabudin, & Firmansyah, Y. (2024). Strategi implementasi manajemen perubahan dalam meningkatkan kinerja bisnis pada UMKM perikanan Kabupaten Karawang. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 2(6), 163–175. Arimbi Journal+1
- Silvia Nanda Amilia et al. (2024). Pengembangan UMKM dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4). Jurnal
- Wardhani, V. P., Haludin, G., Maudri, F. R., Hanum, N., Desshyfa, R. T., & Putri, A. (2024). Adaptasi organisasi dalam era digital: Peluang dan tantangan manajemen perubahan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4), 18437–18442. Jurnal Universitas Pahlawan
- Muhammad Kosim, Nur Azis, Windi Windi & Nining Yuningsih. (2024). Peningkatan kapasitas sumber daya manusia UMKM dalam manajemen risiko dan adaptasi terhadap perubahan pasar. *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negeri*, 2(5), 176–183. ARIPAFI Journal
- Khoerunisya, Z. P., Yustiana, T., Sofyana, A., & Febrianto, A. S. (2023). The Effect of Digital Transformation on The Business Strategy of SMEs in The City of Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 63–71. jurnal.stiepas.ac.id
- Artikel “Strategi manajemen perubahan melek teknologi dalam membangun UMKM technopreneur.” (2023). *Jurnal Manajemen dan Ekonomi (JME)*, 1(2), 81–90. *Journal Stahn Mpukuturan Transformation of MSME Business Strategy in Facing Economic Uncertainty and Technological Change* (2023). *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*. *Jurnal STIEPARI Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia* (2022-2023). *RELEVANSI: Journal of Economics, Management and Business*. *Jurnal STIE Krakatau Economic Transformation through Digitalization: Case Study of SMEs and E Commerce Platforms* (2023?). *JOUMI: Jurnal Multidisiplin Indonesia*.