

Strategi Adaptasi UMKM dalam Menghadapi Krisis Pascapandemi

Studi Kasus Kampung Pie di Kabupaten Sidoarjo

Siti Mujanah ^{1*}, Sumiati ², Nanis Susanti ³

^{1,2,3} Universitas 17 agustus 1945 Surabaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sitimujanah@untag-sby.ac.id

Abstract The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, which has been the backbone of the national economy. Kampung Pie in Sidoarjo Regency, as one of the culinary MSME communities, is under heavy pressure due to declining demand, distribution limitations, and capital crisis. This study aims to identify the adaptation strategies carried out by MSME actors in Kampung Pie in dealing with the post-pandemic crisis, as well as the factors that affect the success of these strategies. Using a qualitative approach with case studies, data was collected through in-depth interviews, participatory observations, and documentation. The results of the study show three main strategies adopted, namely: operational and marketing adjustments, strengthening community social networks, and digital transformation through independent learning. This adaptation not only reflects a response to external pressures, but also shows innovation, community solidarity, and high learning ability among MSME actors. This research provides a theoretical contribution in the enrichment of the literature on adaptation of MSME organizations with a local socio-cultural perspective, as well as a practical contribution to local governments and companion institutions in designing community-based and digital MSME empowerment programs.

Keywords: Adaptation Strategies; Community; Digitalization; MSMEs; Post-Pandemic.

Abstrak Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Kampung Pie di Kabupaten Sidoarjo, sebagai salah satu komunitas UMKM kuliner, mengalami tekanan berat akibat penurunan permintaan, keterbatasan distribusi, dan krisis modal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi adaptasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Pie dalam menghadapi krisis pascapandemi, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan tiga strategi utama yang diadopsi, yaitu: penyesuaian operasional dan pemasaran, penguatan jaringan sosial komunitas, serta transformasi digital melalui pembelajaran mandiri. Adaptasi ini tidak hanya mencerminkan respon terhadap tekanan eksternal, tetapi juga menunjukkan adanya inovasi, solidaritas komunitas, dan kemampuan belajar yang tinggi di kalangan pelaku UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengayaan literatur adaptasi organisasi UMKM dengan perspektif sosial-budaya lokal, serta kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping dalam merancang program pemberdayaan UMKM yang berbasis komunitas dan digital.

Kata kunci: Digitalisasi; Komunitas; Pascapandemi; Strategi Adaptasi; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal 2020 telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi. (Masturi et al., 2021) Bisnis kreatif dalam bidang kuliner saat ini semakin di gemari oleh pembisnis pemula atau UMKM yang dapat dilihat dari meningkatnya jumlah bisnis UMKM kuliner yang masih eksis (Candraningrat et al., 2021) Industri Mikro kecil dan menengah merupakan bagian integral dunia usaha nasional dan mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam meningkatkan perekonomian secara nasional (Riyadi & Mujanah, 2021)

Di Indonesia, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami tekanan berat akibat pembatasan sosial, penurunan daya beli masyarakat, dan gangguan rantai pasok. (Widyaningtyas & Rahmawati, 2021) UMKM, yang sebelumnya menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,34% dan menyerap 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021), kini menghadapi tantangan besar untuk bertahan dan beradaptasi dalam situasi krisis. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki potensi besar untuk memengaruhi perekonomian Indonesia. Dengan kata lain, mereka memiliki kemampuan untuk menumbuhkan lapangan kerja, memastikan bahwa semua orang memiliki kesempatan yang sama, meningkatkan pendapatan, dan mendorong tercapainya stabilitas nasional. (Istanti & Sanusi, 2020)

Pemasaran emas global memanfaatkan kesamaan pasar global yang kompleks melalui integrasi kegiatan pemasaran domestik, internasional, dan internasional untuk menciptakan sinergi sambil mempertahankan tujuan strategis organisasi dan mendapatkan keunggulan kompetitif sebagai kekuatan dalam upaya pemasaran global (Istanti et al., 2023) Secara global, berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor yang paling rentan terhadap krisis ekonomi akibat pandemi. Di Indonesia, survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada 2020 menunjukkan bahwa sekitar 94% UMKM mengalami penurunan penjualan, dan 56% di antaranya mengalami kesulitan dalam mengakses bahan baku (LIPI, 2020). Kondisi ini mendorong pelaku UMKM untuk mencari strategi adaptasi guna mempertahankan kelangsungan usaha mereka. (Masturi et al., 2021)

Di tingkat lokal, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, yang dikenal sebagai salah satu sentra UMKM di Indonesia, juga merasakan dampak signifikan dari pandemi. Penelitian oleh Widyaningtyas & Rahmawati, (2021) menunjukkan bahwa UMKM di Desa Kedensari mengalami penurunan jumlah pengunjung, pembatasan pelatihan, penurunan hasil penjualan, dan peningkatan pengangguran. Strategi yang diadopsi oleh pelaku usaha meliputi peningkatan promosi melalui media online, eksplorasi usaha lain, dan pelaksanaan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan sesama pelaku usaha. Keberadaan usaha kecil dalam menciptakan stabilitas ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan, namun karena tingkat produktivitasnya yang rendah menyebabkan nilai tambah bagi kegiatan ekonomi menjadi rendah. (Sumiati, 2015)

Salah satu contoh UMKM yang menarik untuk dikaji adalah Kampung Pie di Kabupaten Sidoarjo. Kampung ini dikenal sebagai sentra produksi pie dengan berbagai varian rasa dan telah menjadi ikon kuliner lokal. Namun, pandemi memaksa pelaku usaha di Kampung Pie untuk menghadapi penurunan permintaan, gangguan distribusi, dan keterbatasan modal.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM menghadapi tantangan yang signifikan dalam mengembangkan usahanya (Panjaitan & Sumiati, 2022) Meskipun demikian, beberapa pelaku usaha berhasil bertahan dan bahkan mengembangkan usahanya melalui inovasi produk dan pemasaran digital. (Akmal & Arifa, 2023)

Aktivitas usaha kecil dan menengah (UMKM) meningkatkan peluang kerja dan memberikan banyak pelayanan ekonomi kepada warga. Mereka memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan memastikan stabilitas nasional (Istanti et al., 2021). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: strategi adaptasi apa yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Pie dalam menghadapi krisis pascapandemi? Bagaimana mereka mengelola perubahan dan ketidakpastian untuk mempertahankan kelangsungan usaha? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi relevan untuk diteliti, mengingat pentingnya peran UMKM dalam pemulihan ekonomi nasional dan lokal.

Dari perspektif sosial dan budaya, UMKM tidak hanya berperan sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari kehidupan masyarakat yang mencerminkan nilai-nilai lokal, identitas budaya, dan jaringan sosial. Penelitian oleh Fitrawan & Sari, (2022) menunjukkan bahwa penguatan modal sosial, seperti ikatan kekeluargaan dan kemitraan, menjadi faktor penting dalam mempertahankan usaha di masa krisis. Hal ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi UMKM tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga melibatkan aspek sosial dan budaya yang kompleks.

Dalam konteks pendidikan, krisis pascapandemi memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya literasi digital dan kemampuan adaptasi bagi pelaku UMKM. Penelitian oleh Fitrawan & Sari, (2022) menekankan perlunya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran dan manajemen usaha. Hal ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi juga mencakup aspek pembelajaran dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai dampak pandemi terhadap UMKM, masih terdapat keterbatasan dalam studi yang menggali makna, pengalaman, dan proses adaptasi pelaku usaha secara mendalam. Sebagian besar studi sebelumnya lebih menekankan pada aspek kuantitatif, seperti penurunan omzet atau jumlah tenaga kerja yang terdampak. Padahal, pendekatan kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika adaptasi UMKM dalam menghadapi krisis.

Selain itu, studi kasus yang mendalam tentang UMKM di wilayah tertentu, seperti Kampung Pie di Sidoarjo, masih terbatas. Padahal, konteks lokal memiliki peran penting dalam membentuk strategi adaptasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan memahami konteks

lokal, kita dapat mengidentifikasi faktor-faktor unik yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi adaptasi UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggali strategi adaptasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Pie dalam menghadapi krisis pascapandemi. Melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini akan mengeksplorasi pengalaman, makna, dan proses adaptasi yang dijalani oleh pelaku usaha. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi adaptasi UMKM di masa krisis.

Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya literatur tentang adaptasi UMKM dengan menambahkan perspektif kualitatif yang mendalam. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan model adaptasi UMKM yang lebih kontekstual dan aplikatif. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung dalam merancang program dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan UMKM di masa krisis.

Fokus kajian penelitian ini meliputi identifikasi strategi adaptasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Pie, faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi tersebut, serta peran modal sosial, literasi digital, dan inovasi dalam proses adaptasi. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana pelaku UMKM memaknai krisis dan bagaimana mereka membangun resiliensi dalam menghadapi tantangan.

Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggunakan metode wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen untuk mengumpulkan data. Analisis data akan dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola adaptasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Validitas data akan dijaga melalui triangulasi sumber dan metode (Ramadhan et al., 2023)

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi krisis pascapandemi, khususnya di Kampung Pie, Sidoarjo. Pemahaman ini penting untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM sebagai pilar ekonomi lokal dan nasional.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep UMKM dan Peran Strategisnya

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria

aset dan omset tahunan. Pascapandemi COVID-19, UMKM mengalami tekanan besar karena penurunan permintaan, gangguan distribusi, hingga keterbatasan modal Agung Pribadi & Handayani, (2022). Peran UMKM sebagai penopang ekonomi lokal menjadikan kajian terhadap strategi adaptasi mereka sangat krusial, terutama di daerah seperti Kabupaten Sidoarjo.

Krisis dan Ketahanan Bisnis (Business Resilience)

Krisis global seperti pandemi COVID-19 menyoroti pentingnya ketahanan bisnis, yakni kemampuan organisasi untuk pulih dan menyesuaikan diri dengan disrupsi. Menurut Duchek, (2020), adaptasi bisnis mencakup proses inovasi, pembelajaran organisasi, dan penguatan kapabilitas internal. UMKM yang tangguh mampu mengembangkan respons adaptif terhadap perubahan mendadak, melalui diversifikasi produk, digitalisasi, hingga kolaborasi komunitas.

Teori Adaptasi Organisasi

Teori adaptasi organisasi, seperti yang dijelaskan oleh Miles et al., (1978), mengidentifikasi empat arketipe strategi adaptasi: prospector, defender, analyzer, dan reactor. Dalam konteks UMKM pascapandemi, strategi yang paling dominan adalah analyzer, yaitu perpaduan antara mempertahankan praktik lama yang efisien dengan adopsi inovasi baru secara selektif. UMKM seperti Kampung Pie menunjukkan kecenderungan memilih strategi ini dalam menyikapi perubahan pasar.

Transformasi Digital dan Inovasi

Digitalisasi menjadi elemen kunci adaptasi UMKM pascapandemi. Oktaviany¹, (2023) menekankan bahwa adopsi sistem pembayaran digital dan platform daring membantu meningkatkan efisiensi serta memperluas akses pasar. Inovasi tidak hanya sebatas pada produk, melainkan juga pada model bisnis dan saluran distribusi. Namun demikian, tidak semua UMKM memiliki kesiapan teknologi yang sama, sehingga tantangan transformasi digital tetap signifikan.

Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Kebijakan Pemerintah

Adaptasi UMKM tidak dapat dilepaskan dari pengaruh eksternal, termasuk kebijakan fiskal, bantuan sosial, dan regulasi kesehatan. Penelitian oleh Hasan et al. (2021) menunjukkan bahwa efektivitas intervensi pemerintah sangat menentukan kemampuan UMKM untuk bertahan. Dalam konteks Indonesia, inkonsistensi kebijakan dan birokrasi menjadi hambatan tambahan bagi pelaku usaha kecil.

Pemberdayaan dan Modal Sosial dalam Komunitas UMKM

Studi oleh Sulila (2021) menggarisbawahi pentingnya pemberdayaan komunitas dan penguatan manajemen internal dalam proses pemulihan pascakrisis. Modal sosial, berupa

jaringan relasi dan kepercayaan antar pelaku usaha di tingkat lokal seperti Kampung Pie, menjadi fondasi utama dalam mendukung keberlanjutan usaha. Pendekatan kolektif dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan individual.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi adaptasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Pie, Kabupaten Sidoarjo dalam menghadapi krisis pascapandemi COVID-19. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara holistik konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang memengaruhi perilaku dan keputusan adaptif pelaku usaha (Yin, 2018). Selain itu, pendekatan ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk menggali makna subjektif, proses perubahan, dan pengalaman hidup pelaku UMKM dalam menghadapi krisis.

Penelitian dilaksanakan di Kampung Pie, sebuah komunitas UMKM yang berada di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, yang dikenal dengan produk kuliner berbasis pie. Lokasi ini dipilih secara purposive karena memiliki konsentrasi pelaku UMKM yang terdampak pandemi dan menunjukkan keberagaman strategi adaptasi. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung antara Januari hingga Maret 2025. Subjek penelitian adalah pelaku usaha yang telah menjalankan bisnis di Kampung Pie minimal selama 3 tahun dan aktif selama masa pandemi. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling yang dilanjutkan dengan snowball sampling untuk memperluas cakupan informasi, hingga data mencapai titik jenuh (saturation).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dan mendalam terhadap pelaku usaha, ketua kelompok UMKM, serta perangkat desa yang terlibat dalam pembinaan UMKM. Observasi dilakukan selama kunjungan ke lokasi produksi dan pemasaran untuk melihat praktik adaptasi secara langsung, sedangkan dokumentasi mencakup foto aktivitas produksi, dokumen promosi, serta arsip laporan kegiatan kelompok. Pendekatan triangulasi metode digunakan untuk memastikan keabsahan data dan memperkaya pemahaman konteks (Patton, 2015)

Validitas data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan member checking. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan, sementara triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Member checking dilakukan dengan memberikan

hasil transkrip atau interpretasi kepada informan untuk mendapatkan klarifikasi atau koreksi. Selain itu, audit trail atau jejak audit diterapkan untuk memastikan proses analisis dapat ditelusuri dan transparan (Creswell, 2019).

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, dengan mengikuti tahapan yang disarankan oleh (Braun & Clarke, 2019), yaitu: (1) familiarisasi dengan data, (2) pengkodean awal, (3) pencarian tema, (4) peninjauan tema, (5) pendefinisian dan penamaan tema, dan (6) penulisan laporan. Proses ini dilakukan secara iteratif dan reflektif, dengan memerhatikan konteks sosial dan budaya yang melingkupi pelaku UMKM. Hasil akhir dari analisis tematik ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai bentuk strategi adaptasi, faktor pendukung dan penghambat, serta dinamika sosial dalam keberlangsungan UMKM pascapandemi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkap tiga tema utama sebagai hasil dari proses analisis tematik terhadap data wawancara, observasi, dan dokumentasi, yaitu: (1) strategi adaptasi operasional dan pemasaran, (2) peran komunitas dan jaringan sosial, serta (3) transformasi digital dan pembelajaran mandiri.

1. Strategi Adaptasi Operasional dan Pemasaran

Mayoritas pelaku UMKM di Kampung Pie melakukan penyesuaian operasional seperti pengurangan jam kerja, efisiensi bahan baku, dan penyesuaian harga. Strategi pemasaran juga bergeser dari konvensional ke digital. Seorang informan menyatakan:

"Awalnya kami hanya jual di stan dan bazar, tapi sejak pandemi kami coba jualan lewat Instagram dan WhatsApp. Lumayan, malah banyak pelanggan dari luar kota."

(Wawancara, Informan KP-03)

Adaptasi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengandung upaya kreatif dalam mempertahankan kualitas produk dan menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara baru, seperti bundling pie dan paket hampers untuk acara khusus.

2. Peran Komunitas dan Jaringan Sosial

Komunitas UMKM di Kampung Pie memiliki peran penting dalam membangun resiliensi kolektif. Informan mengungkapkan bahwa kerja sama antar pelaku usaha seperti saling berbagi bahan baku, berbagi kanal pemasaran, dan membuat program promosi bersama sangat membantu selama masa sulit:

"Kita saling bantu. Kalau ada yang bahan bakunya habis, biasanya bisa pinjam ke tetangga usaha lain." (Wawancara, Informan KP-07)

Solidaritas lokal ini menjadi kekuatan yang mempercepat adaptasi, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dan perubahan perilaku konsumen.

3. Transformasi Digital dan Pembelajaran Mandiri

Pergeseran menuju pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital dilakukan oleh sebagian besar informan. Transformasi ini tidak dilakukan secara instan, melainkan melalui proses belajar mandiri, bertanya kepada anak-anak muda, dan mengikuti pelatihan daring.

"Saya belajar dari anak saya yang kuliah. Dia bantu bikin akun Instagram dan cara upload foto yang menarik." (Wawancara, Informan KP-02)

Temuan ini menunjukkan adanya semangat belajar dan inovasi yang tumbuh dari kebutuhan bertahan hidup, bukan karena dorongan eksternal semata. Hal ini juga menunjukkan bahwa krisis dapat menjadi katalisator inovasi bagi UMKM lokal.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa strategi adaptasi UMKM tidak semata-mata bersifat reaktif terhadap krisis, tetapi juga menunjukkan kapasitas inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran dalam komunitas. Temuan ini mendukung teori adaptasi organisasi (Miles et al., 1978), di mana pelaku usaha bertindak sebagai prospector dan defender dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Mereka tidak hanya menyesuaikan proses internal, tetapi juga aktif mencari peluang baru.

Konsistensi ditemukan dengan penelitian Hardilawati, (2020) yang menunjukkan bahwa UMKM bertahan dengan efisiensi operasional dan eksplorasi media digital. Namun, studi ini memperkaya wawasan dengan menambahkan dimensi sosial—yakni pentingnya solidaritas dan jaringan komunitas sebagai modal sosial—yang kurang dieksplorasi dalam pendekatan kuantitatif. Hal ini juga mendukung temuan Akmal & Arifa, (2023) bahwa resiliensi UMKM dibentuk oleh kombinasi antara modal sosial, inovasi, dan kepemimpinan lokal.

Transformasi digital yang ditemukan dalam penelitian ini sejalan dengan Pratama dan Wibowo (2021) yang menekankan pentingnya digitalisasi untuk pemulihan UMKM. Namun, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menunjukkan bahwa adopsi digital sering kali dimulai dari proses belajar informal dan mandiri yang dilakukan dalam konteks lokal dan budaya keluarga.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah perlunya pendekatan adaptasi organisasi yang memperhitungkan konteks komunitas dan modal sosial dalam model adaptasi UMKM. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM untuk merancang intervensi berbasis komunitas, seperti pelatihan peer-to-peer, program berbagi kanal pemasaran, atau penguatan forum UMKM berbasis wilayah.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan studi longitudinal untuk melihat bagaimana strategi adaptasi berkembang dari fase bertahan menuju fase pertumbuhan. Selain itu, studi komparatif antara UMKM di wilayah urban dan rural juga dapat memperkaya pemahaman mengenai faktor lokal dalam proses adaptasi pascakrisis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa strategi adaptasi yang dilakukan oleh UMKM di Kampung Pie, Kabupaten Sidoarjo, pascapandemi COVID-19 tidak hanya mencerminkan respon terhadap tekanan ekonomi, tetapi juga menunjukkan kapasitas inovatif dan solidaritas sosial yang kuat dalam komunitas. Tiga tema utama yang ditemukan adalah: penyesuaian operasional dan strategi pemasaran, penguatan jaringan sosial komunitas, serta transformasi digital yang dilakukan melalui pembelajaran mandiri. Strategi tersebut terbentuk dari kombinasi antara kebutuhan bertahan, kreativitas individu, dan dukungan kolektif antar pelaku usaha.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi teori adaptasi organisasi dalam konteks krisis, sekaligus memperluas pemahaman dengan memasukkan elemen sosial dan budaya lokal sebagai bagian dari proses adaptif UMKM. Secara praktis, temuan ini memberikan wawasan mengenai pentingnya intervensi berbasis komunitas dan dukungan digital dalam upaya memperkuat ketahanan UMKM. Di sisi kebijakan, studi ini menggarisbawahi perlunya peran aktif pemerintah daerah dalam memfasilitasi penguatan kapasitas digital dan konektivitas pasar bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur adaptasi UMKM, terutama dalam konteks pascakrisis dan komunitas usaha kecil. Namun, untuk memperkaya pemahaman terhadap dinamika adaptasi jangka panjang, diperlukan studi lanjutan yang bersifat longitudinal atau perbandingan antarwilayah untuk melihat keberlanjutan strategi yang diterapkan serta faktor eksternal lain yang mungkin berpengaruh.

Saran

1. Bagi Pelaku UMKM:

Disarankan agar pelaku UMKM terus memperkuat kapasitas adaptif melalui pelatihan digital, diversifikasi produk, dan kolaborasi antar pelaku usaha. Penguatan solidaritas komunitas dan pembelajaran kolektif dapat menjadi modal sosial penting dalam menghadapi tantangan ke depan.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pembuat Kebijakan:

Pemerintah daerah perlu merancang program pendampingan UMKM yang berbasis komunitas dan kontekstual, misalnya dengan membentuk forum UMKM lokal, menyediakan fasilitas pemasaran digital, serta memperluas akses terhadap pelatihan keterampilan berbasis teknologi.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya:

Studi ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan pendekatan longitudinal guna melihat keberlanjutan strategi adaptasi UMKM dalam jangka menengah dan panjang. Penelitian komparatif antar klaster UMKM di wilayah berbeda juga dapat memperkaya literatur dan mendukung perumusan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Pribadi, D., & Handayani, M. (2022). Pengembangan application programming interface untuk pemesanan online usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan radius tertentu menggunakan metode Haversine formula dan metode agile. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 7(1), 32–38. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/informatika32>
- Akmal, N. H., & Arifa, C. (2023). Resiliensi bisnis pada usaha mikro, kecil, dan menengah dalam masa pandemi COVID-19 (Studi kasus pada pengusaha batik di Daerah Istimewa Yogyakarta). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(1), 1–34. <https://doi.org/10.22146/abis.v11i1.82078>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Thematic analysis revised. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Candraningrat, C., Yurisma, D. Y., & Mujanah, S. (2021). Pengembangan strategi bisnis melalui BMC (Business Model Canvas) dan strategi pemasaran bagi UMKM Sari Delight Surabaya. *Tekmulogi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.17509/tmg.v1i1.34295>
- Creswell, J. W. (2019). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246. <https://doi.org/10.1007/s40685-019-0085-7>
- Fitrawan, D. D., & Sari, M. M. K. (2022). Penguatan modal sosial UMKM Batik Jetis Sidoarjo dalam mempertahankan usaha di era pandemi COVID-19. *Journal of Civics and Moral*

- Studies*, 6(2), 32–46.
<https://doi.org/10.26740/jcms.v6n2.p32-46>
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 89–98.
<https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan UMKM di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon, Sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2), 176–187.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v4i2.2987>
- Istanti, E., Ekantoro, J., KN, R. B., & R. (2023). Strategi pemasaran UMKM batu permata di Desa Batu Asih, Kecamatan Cibadak, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 23(4), 333–340.
<https://doi.org/10.31599/c8sgfe18>
- Istanti, E., KN, R. M. B., & GS, A. D. (2021). Efforts to empower MSMEs in Panci Village in increasing family income (Study on MSMEs in Panci Village in Porong District, Sidoarjo Regency). *Proceedings*, 2021(2), 497–504.
- Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
<https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3465>
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman, H. J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *Academy of Management Review*, 3(3), 546–562.
<https://doi.org/10.5465/amr.1978.4305755>
- Oktavianty, A. A. (2023). Penerapan penggunaan e-payment sebagai upaya peningkatan adaptabilitas UMKM terhadap transformasi digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 232–243.
<https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.30103>
- Panjaitan, F. A. B. K., & Sumiati, S. (2022). Sosialisasi dan pendampingan pemasaran digital bagi UMKM terdampak COVID-19 di Dusun Segunung, Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 244–252.
<https://doi.org/10.32815/jpm.v3i2.789>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publications.
- Ramadhan, M. R. K., Wicaksono, S. A., & Saputra, M. C. (2023). Identifikasi masalah dan solusi UMKM sebagai langkah adaptasi dari pandemi menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(1), 6188–6202.
<https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/12313/5519>
- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi pemasaran dan pendampingan manajemen usaha kelompok usaha kecil kerupuk di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1).
<https://doi.org/10.29303/amtpb.v3i1.56>
- Sumiati, S. (2015). Pengaruh orientasi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan UMKM di Kota Surabaya. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2(1).
<https://doi.org/10.30996/jmm17.v2i01.421>

- Widyaningtyas, I., & Rahmawati, F. (2021). Dampak serta strategi UMKM saat pandemi COVID-19 di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 21–41. <https://doi.org/10.35590/jeb.v8i1.2860>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.