

Kemampuan Beradaptasi UMKM Digital Kota Palu

Risnawati ¹, Syahir Natsir ², Niluh Putu Evvy Rossanty ³, Wiri Wirastuti ⁴, Rudy Gosal ⁵,
Faruq A. H. Lamusa ⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas/Institusi; Alamat Universitas/Institusi Universitas Tadulako/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Jl. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94148
Email : risnawati.palu@gmail.com

Kilas Artikel

Volume 2 Nomor 1
Februari 2022
DOI:xxx/ejpm.v%i%.xxxx

Article History

Submission: 29-01-2022

Revised: 29-01-2022

Accepted: 29-01-2022

Published: 01-02-2022

Kata Kunci:

Kemampuan adaptasi

Keywords:

Adaptability .

Korespondensi:

(Risnawati)

risnawati.palu@gmail.com

Abstrak

Setelah COVID 19 diumumkan sebagai pandemi global, bisnis tiba-tiba mengubah seluruh haluan mulai dari proses kerja, strategi bisnis hingga hal yang paling mendasar seperti interaksi. COVID-19 juga mengubah pola perilaku konsumen, semua orang akan mulai terbiasa dengan belanja *online*. Adaptasi digital UKM diperlukan untuk menghadapi kondisi yang ada. Kemampuan adaptasi inilah yang akan disosialisasikan kepada UKM khas Kota Palu. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan tentang kemampuan beradaptasi bagi pelaku UMKM digital kota Palu agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan bisnis yang cepat berubah sesuai tuntutan pasar. Para pelaku UMKM kuliner khas kota Palu sangat antusias menerima kedatangan tim pengabdian, sambil memperlihatkan kondisi terkini yang dihadapi selama masa pandemi covid-19. UMKM kuliner khas kota Palu membutuhkan pendampingan dalam membuat keputusan bisnis. Selain itu UMKM kuliner khas kota Palu juga membutuhkan *skill up* atau bahkan *new skill* agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan bisnis yang cepat berubah sesuai tuntutan pasar.

Abstract

After COVID 19 was announced as a global pandemic, businesses suddenly changed everything from work processes, business strategies to the most basic things like interactions. COVID-19 has also changed consumer behavior patterns, everyone will start to get used to online shopping. The digital adaptation of SMEs is needed to deal with the existing conditions. This adaptability will be socialized to SMEs typical of Palu City. The purpose of this service is to provide knowledge about the adaptability of digital SMEs in the city of Palu so that they can adapt to rapidly changing business developments according to market demands. The culinary MSME actors typical of the city of Palu are very enthusiastic about accepting the arrival of the service team, while showing the current conditions faced during the COVID-19 pandemic. Culinary SMEs typical of the city of Palu need assistance in making business decisions. In addition, culinary SMEs typical of the city of Palu also require skill ups or even new skills in order to be able to adapt to business developments that are rapidly changing according to market demands.



1. PENDAHULUAN

Virus Corona menjadi pemicu adanya krisis global yang berdampak terhadap bisnis, kondisi UMKM Survei LIPI mengenai UMKM pada Mei 2020 memperlihatkan kondisi yang memprihatinkan. Dari 679 responden yang merupakan pelaku usaha, 94,69 persen mengaku usahanya mengalami penurunan penjualan, penurunan penjualan terdalam yaitu lebih dari 75 persen adalah usaha yang dijalankan melalui toko fisik (Thaha, 2020). Restoran dan kafe saat ini tidak melayani *dine-in* atau makan langsung untuk mencegah penyebaran virus. Untuk mengantisipasinya, banyak restoran dan kafe yang kini menerapkan konsep pesan antar makanan, *take away*, hingga *drive thru*. (Noordyanto, 2021)

Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) Adhi S Lukman mengemukakan beberapa cara agar para pelaku bisnis khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) makanan dan minuman dapat bertahan di tengah pandemi. Pertama, *shifting in sales channels* atau pergeseran saluran penjualan, saluran penjualan makanan kini semuanya harus mengikuti protokol kesehatan Covid-19. Kedua, *shifting the mindset of earning income and spending*, dalam mencari pendapatan dan pengeluaran pun pelaku bisnis perlu berubah. Ketiga, *shifting in the mindset of food safety and resource*, orang akan cenderung memperhatikan bagaimana kebersihan makanan dan keamanan dari produk yang akan dibelinya. Keempat, berkaitan dengan *shifting in brand loyalty*, pada perubahan ini orang cenderung tidak melihat merek atau brand dari produk makanan minuman (Ambar & Sari, 2021). Cara-cara tersebut mengharuskan pelaku UMKM digital kota Palu untuk lebih *agile* terutama untuk mempersiapkan *skill up* atau bahkan *new skill* agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan bisnis yang cepat berubah sesuai tuntutan pasar. *Skill up* atau *new skill* adalah bentuk dari kemampuan beradaptasi pelaku UMKM digital kota Palu menghadapi *new normal*.

2. METODE

Kegiatan pengabdian pada masyarakat (*coffee morning*) ini dilaksanakan pada bulan Juni 2020, bertempat di Café Surabi Bintang. Khalayak sasaran dari program pengabdian pada masyarakat ini adalah pelaku UMKM digital kuliner khas daerah, seperti penjual kaledo, uvempoi, dange, dan makanan khas lainnya yang berasal dari kota Palu. Metode pelaksanaan dalam program pengabdian pada masyarakat ini adalah penyampaian materi kegiatan melalui kunjungan langsung dengan membawa selebaran, praktik, maupun tanya jawab atas materi yang disampaikan

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini bekerjasama dengan Dinas UMKM dan Tenaga Kerja kota Palu memberikan motivasi bagi UMKM kuliner khas kota Palu, untuk selalu berkembang dan mengontrol diri menangani keadaan yang terjadi di luar keadaan normal yaitu dengan bereaksi cepat menggunakan strategi yang tepat. Tim berkunjung langsung ke lokasi usaha dan kunjungan tersebut disambut hangat oleh UMKM kuliner khas kota Palu dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan, tim pengabdian menyampaikan kembali maksud dan tujuan berkunjung berdasarkan undangan yang telah beredar sebelumnya. Proses penyampaian materi berjalan lancar dan tidak memakan waktu yang lama untuk setiap UMKM yang dikunjungi. Di beberapa tempat usaha UMKM tim pengabdian berdiskusi singkat tentang materi kemampuan beradaptasi sambil membeli makanan dan minuman yang ada di tempat usaha UMKM kuliner khas.



Bentuk penyampaian materi yang dilakukan oleh tim pengabdian melalui brosur yang dibagikan kepada UMKM kuliner khas kota Palu. Materi kemampuan beradaptasi bagi UMKM kuliner khas kota Palu yang terangkum dalam brosur tim pengabdian berisi tentang kemampuan adaptasi yang merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur diri sendiri mengacu pada “kemampuan, ketrampilan, dan kemauan individu” untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan baru melalui pendekatan yang inovatif dalam merespon perubahan lingkungan. Dimensi Kemampuan Adaptasi, menurut Pulakos et al (2002), menjelaskan bahwa kemampuan adaptasi terbagi menjadi delapan dimensi sebagai berikut:

- a. Penyelesaian masalah secara kreatif. Kemampuan adaptasi merupakan perubahan dalam perilaku yang dicirikan oleh pendekatan inovatif, sehingga dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan masalah yang ada dengan solusi yang kreatif agar penyelesaian masalah dapat dilakukan secara efektif.
- b. Berurusan dengan ketidakpastian atau situasi kerja yang tidak bisa diprediksi. Secara umum lingkungan bisnis mengacu pada ketidakpastian dan ketidakstabilan pada tingkat perubahan lingkungan. Adanya ketidakpastian lingkungan maka individu organisasi dituntut untuk menghadapi kompleksitas bisnis.
- c. Mempelajari tugas, teknologi dan prosedur baru. Teknologi mengacu pada proses peningkatan pembelajaran, kemajuan teknologi yang begitu pesat menuntut seseorang untuk kreatif untuk mengikuti perkembangan dengan belajar akan tugas, teknologi dan prosedur baru sebagai persiapan dimasa yang akan datang.
- d. Menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan orang lain. Interaksi dengan orang lain merupakan hal yang sangat penting. Manusia selaku makhluk sosial sudah seharusnya membutuhkan orang lain. Perlu dikembangkan sikap bahwa orang lain dapat dijadikan sebagai mitra kerja yang baik.
- e. Menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan budaya. Tingkat perubahan ketika berada di lingkungan yang baru dikenal. Hal ini melibatkan perjalanan lintas budaya. Sehingga menuntut seseorang untuk mempelajari budaya, nilai dan tradisi baru yang berlaku di lingkungan.
- f. Menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan berorientasi fisik. Menyesuaikan diri dengan berbagai keadaan yang tidak pasti yang berbentuk fisik yang terdapat di sekitar tempat kerja. Misalnya, temperatur, kelembaban, sirkulasi udara, kebisingan, bau tidak sedap dan lain-lain.
- g. Dapat menangani stres kerja. Tekanan dalam bekerja seringkali memicu timbulnya stres kerja. Sehingga perlu menciptakan iklim kerja yang menyenangkan dengan bersikap terbuka dan berkomunikasi dengan rekan kerja.
- h. Menangani keadaan darurat atau situasi krisis. Keadaan darurat merupakan kejadian di luar keadaan normal. Sehingga seseorang harus bisa bereaksi dengan cepat dan tepat untuk menangani hal tersebut. Keadaan darurat membutuhkan tindakan cepat namun faktor penting untuk mengendalikan situasi tersebut adalah dengan bersikap tenang

Aspek Kemampuan Adaptasi, penekanan pada kemampuan adaptasi dijadikan sebagai penentu utama apakah seorang individu berhasil menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan sosial atau lingkungan kerja (Ployhart & Bliese, 2006). Menurut Miles et al.(1978; Muafi et al., (2019), terdapat tiga aspek kemampuan adaptasi sebagai berikut:

- a. Mode teknologi (*Technology mode*). Ketika melakukan analisis organisasi penting untuk mempertimbangkan manajemen teknologi. Seiring berkembangnya teknologi organisasi mengikuti penggunaan teknologi sesuai dengan perkembangan.
- b. Fokus pasar (*Market focus*). Salah satu keputusan mendasar yang dibutuhkan organisasi adalah dengan menentukan target mana yang akan di sasar. Fokus pasar



menempatkan organisasi pada suatu kontinum sesuai dengan sejauh mana organisasi beradaptasi dengan lingkungan dan target peluang.

- c. Desain organisasi (*Organizational design*). Desain organisasi merupakan internal aspek dari kemampuan adaptasi. Upaya manajemen organisasi untuk menyusun, mengubah struktur dan pola kerja dengan cepat tanggap terhadap perubahan.

Banyak hal yang disampaikan oleh UMKM kuliner khas terutama tentang covid-19 dan kondisi *new normal* yang telah mulai sejak tahun 2020, tim pengabdian memberikan motivasi untuk tetap bertahan dalam kondisi apa pun, karena dukungan terus mengalir dari akademisi dan pemerintah untuk perkembangan UMKM kota Palu.

4. KESIMPULAN

Para pelaku UMKM kuliner khas kota Palu sangat antusias menerima kedatangan tim pengabdian di tempat usaha mereka, sambil memperlihatkan kondisi terkini yang dihadapi selama masa pandemi covid-19. UMKM kuliner khas kota Palu membutuhkan pendampingan dalam membuat keputusan bisnis berdasarkan hasil riset survei kepuasan dari pelanggan mereka. Selain itu UMKM kuliner khas kota Palu juga membutuhkan *skill up* atau bahkan *new skill* agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan bisnis yang cepat berubah sesuai tuntutan pasar

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini tentunya tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan-dukungan, oleh karena itu kami ucapkan terima kasih kepada Allah SWT karena berkat rahmat-Nya kami berdaya dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya ucapan terima kasih tak lupa pula kami ucapkan kepada lembaga terkait yaitu Dinas UMKM dan Tenaga Kerja kota Palu dan para pelaku UMKM digital khas di Kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar, R., & Sari, W. P. (2021). Komunikasi Pemasaran UMKM dalam Beradaptasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Hello Cafe). *Prologia*. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10107>
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman, H. J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *Academy of Management Review*. *Academy of Management*. <https://doi.org/10.5465/AMR.1978.4305755>
- Muafi, Grabara, J., Sudiyarto, & Siswanti, Y. (2019). Business strategy, organizational structure, work processes: are the alignment?: Acces la Success Acces la Success. *Calitatea*.
- Noordyanto, N. (2021). Fungsi Signage Mcdonald's Drive Thru dalam Perspektif Sosial Budaya. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*. <https://doi.org/10.24821/ars.v24i1.4718>
- Ployhart, R. E., & Bliese, P. D. (2006). Individual Adaptability (I-ADAPT) Theory: Conceptualizing the Antecedents, Consequences, and Measurement of Individual Differences in Adaptability. In *Advances in Human Performance and Cognitive Engineering Research*. [https://doi.org/10.1016/S1479-3601\(05\)06001-7](https://doi.org/10.1016/S1479-3601(05)06001-7)
- Pulakos, E. D., Schmitt, N., Dorsey, D. W., Arad, S., Hedge, J. W., & Borman, W. C. (2002). Predicting adaptive performance: Further tests of a model of adaptability. *Human Performance*. https://doi.org/10.1207/S15327043HUP1504_01
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*.

