



Analisis Strategi Manajemen Perubahan: Studi Kasus pada UMKM JR Coffee Drink N Snack Lubuk Begalung Padang

Ratu Dara Saphira

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Sania Audy Nabila

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Syofia Raudatul Jannah

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Vahra Oktaladisa

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Ramdani Bayu Putra

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Alamat: Jl. Raya Lubuk Begalung, Lubuk Begalung Nan XX, Kec. Lubuk Begalung,
Kota Padang

Korespondensi penulis: saniaaudyn@gmail.com

Abstrak. *This Social Service project seeks to study and comprehend the change management practices used at the MSME "JR Coffee Drink N Snack" in Lubuk Begalung, Padang. The activities' primary focus is on corporate competition and customer behavior, both of which are thought to be crucial for enhancing organizational performance and preserving competitiveness. This project employs a case study methodology, which includes document analysis, in-depth interviews, and direct observation to provide a thorough understanding of the internal dynamics and difficulties experienced by MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) at JR Coffee Drink N Snack Padang. Strong business competition and favorable consumer behavior are important factors in increasing a company's performance, according to research findings. And this Social Service effort is likely to have an impact on improving business owners' knowledge, abilities, and awareness of similar difficulties, as well as their competitiveness in an increasingly competitive market.*

Keywords: *Change strategy, business competition, consumer behavior, change management, and effectiveness*

Abstrak. Kegiatan Pengabdian Sosial ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi manajemen perubahan pada UMKM "JR Coffee Drink N Snack" di Lubuk Begalung, Padang. Fokus utama kegiatan adalah pada perilaku konsumen dan persaingan bisnis, yang dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas perusahaan dan mempertahankan daya saing. Pendekatan studi kasus digunakan dalam kegiatan ini, dengan melibatkan metode wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang dinamika internal dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada JR Coffee Drink N Snack Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen yang positif dan persaingan bisnis yang kuat berperan signifikan dalam meningkatkan efektivitas perusahaan. Serta kegiatan Pengabdian Sosial ini diharapkan dapat berdampak dalam meningkatkan wawasan, keterampilan, dan pemahaman pemilik usaha untuk menghadapi tantangan serupa dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Strategi Perubahan, Persaingan Bisnis, Perilaku Konsumen, Manajemen Perubahan, Efektivitas.

PENDAHULUAN

Dalam setiap aspek pemenuhan kebutuhan hidup, manusia dihadapkan pada berbagai pilihan sebagai pelaku ekonomi. Namun, metode untuk memenuhi kebutuhan tersebut tidak selalu konsisten, terutama di zaman sekarang, di mana orang harus melakukan perubahan yang koersif-

adaptif. Merupakan suatu keniscayaan di mana perubahan sangat besar, cepat, dan terus berubah. Sebenarnya, analisis perilaku sosial ekonomi dan tren dapat membantu memprediksi perubahan. Pelakunya dapat hidup dan berkembang karena perubahan. Dalam hal mengorganisasi entitas bisnis, banyak perusahaan yang gagal beradaptasi dengan perubahan dan akhirnya gulung tikar.

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka, terutama dalam hal perilaku konsumen dan persaingan bisnis. "JR Coffee Drink N Snack," sebuah UMKM yang berlokasi di Lubuk Begalung, Padang, tidak terkecuali dari tantangan ini. Sektor UMKM di Indonesia seringkali menghadapi berbagai masalah internal yang menghambat pertumbuhan dan efektivitas operasional mereka. Seperti yang disebutkan oleh Suyatno (2000) bahwa meningkatkan kemampuan teknologi dan daya kreatif UMKM diperlukan untuk meningkatkan daya saingnya, maka diperlukan dukungan dari berbagai pihak untuk meningkatkan UMKM melalui peningkatan sumber daya manusia (SDM).

Kemajuan ekonomi berhubungan positif dengan peningkatan kemampuan teknologi. Pada kenyataannya, usaha kecil dan menengah (UMKM) ternyata tidak bebas dari masalah. Selama pertumbuhannya, industri ini menghadapi banyak masalah yang membutuhkan perhatian dan penanganan serius. Antara lain masalah permodalan, yang menyebabkan kesulitan mendapatkan bantuan dari lembaga keuangan karena keterbatasan jaminan (collateral), dan kekurangan akses ke informasi pasar, yang merupakan hambatan untuk pemasaran. hasilnya adalah orientasi pasar yang buruk dan daya saing global yang rendah. Bisnis bersaing satu sama lain, memberikan konsumen keuntungan berupa harga yang lebih murah dan semakin banyak pilihan barang atau jasa yang tersedia. Pilihan ini memberi konsumen kesempatan untuk memilih produk terbaik dengan harga yang relatif lebih murah daripada produk atau jasa sejenis lainnya. Adanya "keunggulan kompetitif" adalah syarat untuk bersaing dalam perdagangan internasional di tengah kondisi dan keadaan yang semakin global. Untuk bisa mencapai potensi di dunia digital, Indonesia harus fokus pada sekitar 71% UMKM yang belum tergarap. Dengan adanya hal ini, UMKM dapat tetap bertahan dan berkembang baik dari segi kualitas maupun jumlah. Jadi, pelaku usaha perlu memasukkan strategi manajemen perubahan dalam pikiran mereka. Banyak disiplin ilmu saat ini menerapkan manajemen perubahan yang terus berkembang untuk mengatasi berbagai masalah bisnis. Pengusaha harus paham bahwa untuk mencapai perubahan, diperlukan langkah-langkah yang lebih daripada sekedar mengganti hal-hal yang ada.

Beberapa penelitian telah mengidentifikasi bahwa perilaku konsumen yang positif dan persaingan bisnis yang kuat dapat secara signifikan meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Peran konsumen sangat penting artinya karena peran konsumen berhubungan dengan masa depan bisnis.

Kepuasan konsumen dapat menentukan prespektif kinerja produksi perusahaan di masa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan perubahan pada UMKM "Kumau Laundry" di Lubuk Begalung, Padang. Fokus utama penelitian adalah pada perilaku konsumen dan persaingan bisnis sebagai faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas perusahaan dan pertumbuhan bisnis.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kualitatif yang sifatnya deskriptif seperti wawancara, pengamatan dan dokumentasi.:

1. Pengumpulan Data:
 - a. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan dengan pemilik dan karyawan "JR Coffee Drink N Snack" untuk mendapatkan informasi mengenai perilaku konsumen, persaingan bisnis, dan strategi bisnis yang diterapkan. Wawancara ini bertujuan untuk menggali persepsi dan pengalaman mereka terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis.
 - b. Observasi Langsung: Kegiatan dilakukan dengan observasi langsung di lokasi usaha untuk memahami kondisi operasional sehari-hari, interaksi antar karyawan, dan penerapan strategi kerja. Observasi ini memberikan gambaran nyata tentang dinamika kerja di "JR Coffee Drink N Snack."
 - c. Analisis Dokumen: Analisis dokumen membantu dalam memverifikasi informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi.
2. Screening/Pemilihan:
 - a. Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya yang dilakukan yaitu screening atau pemilihan yang meliputi hal-hal berikut:
 - b. Memilih moderator, ketua pelaksana, dan pewawancara.
 - c. Memastikan semua alat-alat seperti kamera dan alat perekam suara siap dibawa ke Lokasi.
 - d. Memastikan kebutuhan acara seperti kendaraan terpenuhi.
3. Tahapan Pelaksanaan:
 - a. Identifikasi Masalah: Tahap awal penelitian melibatkan identifikasi masalah-masalah utama yang dihadapi oleh "JR Coffee Drink N Snack" melalui wawancara dan observasi awal.
 - b. Pengembangan Strategi: Berdasarkan temuan awal, strategi perubahan bisnis dirumuskan dengan fokus pada penguatan perilaku konsumen dan persaingan bisnis.
 - c. Implementasi Strategi: Strategi yang telah dirumuskan diterapkan di "JR Coffee Drink N Snack" dengan melibatkan para karyawan dan pemilik usaha.

- d. Evaluasi dan Penilaian: Perilaku konsumen dievaluasi secara berkala untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan. Hasil dari pelaksanaan Pengabdian Sosial ini yaitu membuat artikel dan laporan oleh tim pelaksana di lapangan dengan disertakan bukti dokumentasi bersama karyawan dari UMKM JR Coffee Drink N Snack yang nantinya akan diserahkan ke dosen pengampu mata kuliah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen dan persaingan yang dihadapi oleh UMKM “JR Coffee Drink N Snack” di Lubuk Begalung, Padang.

1. Identifikasi kebutuhan perubahan di mana proses manajemen perubahan di JR Coffee Drink N Snack dimulai dengan identifikasi kebutuhan perubahan yang mendesak. Beberapa faktor yang memengaruhi perubahan ini antara lain:
 - a. Perubahan Preferensi Konsumen: JR Coffee Drink N Snack melakukan inovasi produk dan layanan untuk tetap relevan dengan perubahan preferensi konsumen, terutama generasi milenial dan generasi Z, yang cenderung lebih memperhatikan kualitas, pengalaman, dan keberagaman produk.
 - b. Persaingan yang Ketat: JR Coffee Drink N Snack harus mencari cara untuk membedakan diri dari kompetitor karena banyaknya kedai kopi di kota Padang.
 - c. Teknologi dan Digitalisasi: Perkembangan transaksi melalui platform digital dan media sosial adalah salah satu aspek penting yang mendorong JR Coffee Drink N Snack untuk mengadopsi teknologi baru dalam operasional dan pemasaran.
2. Strategi dan Perencanaan Perubahan perlu dilakukan JR Coffee Drink N Snack setelah mengidentifikasi kebutuhan perubahan agar dapat merumuskan strategi bisnisnya melalui:
 - a. Diservikasi Menu: Untuk menarik lebih banyak pelanggan, JR Coffee Drink N Snack memperkenalkan berbagai minuman kopi dan non-kopi serta makanan ringan. Salah satu inovasi baru adalah pengaturan makanan yang lebih sehat, seperti minuman yang tidak mengandung gula dan makanan yang dibuat dari bahan-bahan organik.
 - b. Teknologi dan Pelayanan: JR Coffee Drink N Snack akan memperluas aplikasi dan platform e-dagangnya dengan meluncurkan sistem pemesanan daring, serta menambahkan layanan pengiriman untuk menarik lebih banyak pelanggan.
 - c. Pengembangan Merek dan Pemasaran Digital: Untuk meningkatkan daya tarik brand, JR Coffee Drink N Snack akan memperkuat kehadirannya di media sosial seperti Instagram dan Facebook dengan konten menarik dan kolaborasi dengan influencer lokal.
3. Implementasi perubahan di JR Coffee Drink N Snack melibatkan semua tim yang ada.

- a. Pelatihan Karyawan: Para karyawan JR Coffee Drink N Snack dilatih untuk memberikan pelayanan pelanggan yang lebih baik, penggunaan sistem digital terbaru, dan pengetahuan produk yang lebih mendalam.
 - b. Pengawasan dan Evaluasi: Secara teratur, tim manajemen menilai seberapa besar perubahan yang dilakukan berdampak positif pada penjualan, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional.
 - c. Penerapan Prosedur Operasional: Untuk memastikan bahwa seluruh tim dapat bekerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, prosedur operasional baru dibuat untuk setiap perubahan produk, teknologi, atau pemasaran.
4. Tantangan yang dihadapi di mana meskipun perubahan tersebut membawa dampak positif, JR Coffee Padang juga menghadapi beberapa tantangan dalam proses implementasinya:
- a. Resistensi dari Beberapa Pihak: Beberapa karyawan mengalami kesulitan beradaptasi dengan perubahan, terutama dalam hal penggunaan teknologi baru. Manajemen menawarkan pendekatan yang lebih menarik dan memberikan pelatihan yang memadai untuk mengatasi masalah ini.
 - b. Perubahan Budaya Organisasi: Budaya organisasi yang sudah terbentuk selama bertahun-tahun tidak mudah diubah. Sangat penting bagi JR Coffee Padang untuk memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan dan visi dari perubahan yang sedang dilakukan.
 - c. Biaya Investasi yang Cukup Besar: Memasukkan teknologi baru dan diversifikasi produk membutuhkan investasi yang cukup besar, tetapi dianggap sebagai langkah penting untuk meningkatkan daya saing. Makanan yang lebih sehat, seperti makanan yang dibuat dari bahan-bahan organik dan minuman tanpa gula.



Gambar 1. Kegiatan Wawancara

KESIMPULAN

Dari hasil pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi perubahan pada UMKM "JR Coffee Drink N Snack" di Lubuk Begalung, Padang, yang difokuskan pada perilaku konsumen dan tantangan bisnis, memberikan dampak positif yang signifikan. Perilaku konsumen yang positif dan persaingan bisnis yang kuat berperan penting dalam meningkatkan efektivitas

perusahaan dan pertumbuhan bisnis. Implementasi strategi perubahan yang melibatkan perencanaan dan identifikasi telah terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi perusahaan dan respons terhadap pelanggan.

Rekomendasi praktis yang dihasilkan dari pengabdian ini diharapkan dapat berdampak dalam meningkatkan wawasan, keterampilan, dan pemahaman pemilik usaha untuk menghadapi tantangan serupa dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pentingnya identifikasi kebutuhan, strategi dan perencanaan perubahan, implementasi karyawan, dan respons terhadap pelanggan telah terbukti memberikan perubahan positif dalam persaingan bisnis UMKM di JR Coffee Drink N Snack.

Berdasarkan temuan ini, manajemen perubahan yang diterapkan di JR Coffee Padang telah menunjukkan dampak positif baik dari segi peningkatan kinerja operasional, kepuasan pelanggan, maupun posisi merek di pasar. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa perubahan yang terencana dengan baik, melibatkan seluruh elemen organisasi, serta fokus pada inovasi dan teknologi, dapat menjadi kunci untuk keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di tengah persaingan yang ketat. Dengan demikian, pengabdian ini memberikan kontribusi yang berharga dalam mendukung pengembangan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16-38.
- Bairizki, A., Irwansyah, R., Arifudin, O., Asir, M., Ganika, W. G., Karyanto, B., & Lewaherilla, N. (2021). *Manajemen perubahan*. Penerbit Widina.
- Yuliaty, Tetty, Cut Sarah Shafira, and Muhammad Rafi Akbar. "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global." *Mbia* 19.3 (2020): 293-308.
- Aryani, N. P. D. E. (2023). STRATEGI MANAJEMEN PERUBAHAN MELEK TEKNOLOGI DALAM MEMBANGUN UMKM TECHNOPRENEUR. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi (JME)*, 1(2), 81-90.