



PERKEMBANGAN MANAJEMEN PERUBAHAN PADA UMKM KRIPIK BALADO SALSABILA PARAK KARAKAH

Nike Puspita Sari

puspitasarinike479@gmail.com

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Miftahul Hamdi

mfthlmd10@gmail.com

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Widya Veronika Puti

wulanoktavia453@gmail.com

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Wulan Oktavia

widyaveronika31@gmail.com

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: puspitasarinike479@gmail.com

Abstrak. *This research aims to find out how change management has developed in the UMKM Kripik Balado Salsabila Parak Karakah. The object of this research is the UMKM Balado Chips Salsabila Parak Karakah. The data collection methods used were interviews and documentation. Based on the results obtained from the Balado Salsabila Chips that have been carried out above, it was found that overall the Balado Salsabila Chip SMEs have experienced significant changes from year to year. The changes are in terms of product marketing which has shifted from offering it to shops to using the internet and social media. Chip Balado Salsabila makes changes and developments every year to streamline the production and marketing process as well as product sales and also contribute to PRDB in Padang City to improve community welfare.*

Keywords: *Keywords: Change Management, UMKM, Chips Balado*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan manajemen perubahan pada UMKM Kripik Balado Salsabila Parak Karakah. Objek Penelitian ini merupakan UMKM Kripik Balado Salsabila Parak Karakah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil didapatkan bahwa Kripik Balado Salsabila yang telah dilakukan diatas didapati bahwa secara keseluruhan UMKM Kripik Balado Salsabila ini telah mengalami perubahan yang signifikan dari tahun ke tahun. Perubahan yang dimiliki berupa dari segi pemasaran produk yang beralih dari menawarkan ketoko-toko hingga menggunakan internet dan media sosial. Kripik Balado Salsabila melakukan perubahan dan perkembangan setiap tahun agar memperlancar proses produksi dan pemasaran serta penjualan produk dan juga memberikan kontribusi terhadap PRDB di Kota Padang untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

Kata Kunci: *Manajemen Perubahan,UMKM, Kripik Balado*

PENDAHULUAN

Kripik Balado Salsabila adalah sebuah usaha yang memproduksi dan menjual berbagai macam oleh-oleh khas Padang, Sumatera Barat. Kripik ini menggunakan bahan baku singkong di karenakan Sumatera Barat tepatnya Padang – Pariaman merupakan salah satu daerah penghasil

singkong terbanyak dan berkualitas. Usaha ini didirikan pada tahun 2015 dan terletak di Jl. Kubu Dalam Parak Karakah, Kec. Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat.

Kripik singkong merupakan salah satu cemilan khas Sumatera Barat yaitu sejenis makanan ringan yang diiris tipis dan digoreng dengan berbagai varian rasa, selain rasanya yang renyah dan gurih, kripik singkong juga aman dikonsumsi oleh masyarakat. Produk-produk yang dihasilkan oleh usaha ini antara lain kripik balado, kripik balado durian, kripik pisang, pisang balado, dakak-dakak, dan lain lain . Pisang balado merupakan varian yang paling unggul dan favorit dalam penjualannya.



Berdirinya Kripik Balado Salsabila ini di latar belakang oleh faktor ekonomi serta memanfaatkan sumber daya alam Sumatera Barat yang berkualitas yaitu singkong. Modal awal yang digunakan sebesar Rp.5.000.000 diperoleh dari uang pribadi dan meminjam kepada tetangga – tetangga. Berdasarkan hadis Rasulullah SAW dalam hadis yang berbunyi “ Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat 90% pintu rezeki”(HR Baihaqi). Dari latar belakang dan dasar dalam hadis yang membuat owner Kripik Balado Salsabila yang bernama Widodo mendirikan usaha Kripik Balado Salsabila ini.

Kripik Balado ini dinamakan Salsabila diambil dari anak ke-3 Bapak Widodo dan Ibu Maryeti yang mana dengan nama itu diharapkan agar usaha ini terus mengalir dan memberikan manfaat kepada masyarakat layaknya mata air surga yang bernama Salsabila. Saat ini Kripik Balado Salsabila di kelola oleh Agnes Anggela yang merupakan Anak ke-1, didampingi oleh Bapak Widodo dan Ibu Maryeti dimana mereka memiliki tugasnya masing – masing di dalam menjalankan bisnisnya.

Kripik Balado Salsabila ini sudah memiliki reseller dari berbagai daerah yaitu Padang, Jabodetabek, Papua, Pekanbaru, Jawa Tengah, Medan dan Jambi. Serta sudah mengekspor produknya ke Malaysia melalui Akademika Mudah Ekspor dan Bank EXIM.

METODE PENELITIAN

Data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti secara langsung. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara merupakan Teknik pengumpulan data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dari dua pihak atau lebih. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jenis-jenis Komunikasi

Analisis Kesesuaian Bisnis dengan Hukum (Bentuk Usaha)

Aspek hukum merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam sebuah proyek termasuk proyek bisnis. Salah satu tujuan dari analisis aspek hukum ialah untuk mengetahui legalitas suatu bisnis. Legalitas ini diwujudkan dari bagaimana ketepatan badan hukum yang sesuai dengan ide bisnis.

Bentuk kegiatan usaha di Kripik Balado Salsabila merupakan usaha perseorangan yang didirikan oleh bapak Widodo dan ibuk Dewi Maryeti dan dikelola oleh Agnes Anggela. Dikarenakan Kripik Balado Salsabila masih dikelola secara individu dan lokasi usahanya yang tidak begitu besar, bentuk usaha perorangan merupakan badan hukum yang tepat jika dilihat dari kemampuan pengelolaan usaha dan kegiatannya. Bentuk usaha ini berbentuk UMKM. Proses pengajuan hak cipta/ merek dagang dari usaha Kripik Balado Salsabila ini sudah terdaftar di KUMHAM, DINKES dan telah tersertifikasi halal oleh badan penyelenggara jaminan produksi halal Oleh BPJPH.

Kripik Balado Salsabila sudah memiliki izin usaha yang lengkap baik dari izin keterangan kegiatan usaha dari lurah, izin mendirikan bangunan, izin perdagangan dll. Status kepemilikan tanah dan bangunan yang digunakan dalam menjalankan UMKM ini sudah milik pribadi dari tahun 2015. Bentuk usaha perorangan ini dapat dikatakan layak secara hukum.

Tabel kelengkapan dokumen

SERTIFIKASI
1. HALAL
2. NIB (Nomor Induk Berusaha) 0220307821428
3. Izin P.IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) P-IRT NO.2141371010429-25
4. SNI (Standar Nasional Indonesia)

Analisis Kemampuan Memenuhi Perizinan

Menurut peraturan perundangan, tidak ada peraturan yang mengatur badan usaha perorangan, hanya diperlukan izin permohonan dari kantor perizinan setempat. Dari hasil observasi yang telah kami lakukan, usaha Kripik Balado Salsabila telah memiliki persyaratan perizinan, yaitu NPWP karena dapat dilihat dari fasilitas pelayanan online

yang sudah terdaftar di shopee yang salah satu persyaratannya memerlukan NPWP.



Gambar 1.2 shopee kripik balado salsabila

Tabel Kesimpulan penilaian aspek hukum

N O	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1	Kesesuaian bisnis dengan hukum berlaku					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
2	Kemampuan memenuhi persyaratan mendirikan badan usaha					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
3	Kemampuan memenuhi persyaratan memperoleh izin prinsip					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
4	Kemampuan memenuhi persyaratan memperoleh izin lokasi					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
5	Kemampuan memenuhi persyaratan memperoleh IMB					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
6	Kemampuan memenuhi persyaratan izin HO					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
7	Kemampuan memenuhi persyaratan memperoleh izin usaha perdagangan					<input type="checkbox"/>	Sangat baik
Jumlah Skor		35					
Rata – rata		5					

Keterangan : 1 = Sangat Jelek ; 2 = Jelek; 3 = Cukup; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik
Rata – rata 5 menyatakan bahwa semua penilaian aspek hukum Kripik Balado Salsabila sangat baik.

Hasil Wawancara

Manajemen Perubahan

Manajemen perubahan adalah cara perusahaan atau pribadi melakukan upaya berbeda dengan saat ini atau masa yang lalu menuju ke masa depan yang lebih baik (Rizal et al., 2023). Maka, manajemen perubahan penting untuk toko oleh-oleh Kripik Balado Salsabila karena manajemen perubahan membantu toko beradaptasi dengan berbagai faktor yang mempengaruhi bisnisnya, seperti: Perubahan preferensi konsumen, tren pasar, persaingan, dan perkembangan teknologi. Dengan manajemen perubahan yang tepat, perusahaan dapat lebih mempersiapkan diri menghadapi tantangan dan peluang serta melakukan perbaikan operasional yang diperlukan agar tetap kompetitif dan relevan.

Tantangan Umum dalam Menerapkan manajemen Perubahan

Resistensi dari karyawan, Karyawan yang terbiasa dengan cara kerja lama mungkin merasa tidak nyaman atau enggan beradaptasi dengan perubahan. Misalnya, jika di toko

Kripik Balado Salsabila ini mulai menerapkan teknologi baru dalam sistem pemesanan dan pembayarannya, beberapa karyawan mungkin menganggap perubahan ini sulit atau tidak diperlukan.

Mengatasi Resistensi

Penting untuk membantu karyawan Anda memahami mengapa perubahan diperlukan dan bagaimana hal itu akan menguntungkan bisnis dan diri mereka sendiri seperti meningkatkan penjualan atau memperluas pasar. Edukasi ini dapat dilakukan melalui diskusi dan presentasi yang menjelaskan dampak positif perubahan.

Langkah-langkah yang diambil dalam Manajemen Perubahan untuk Memperkenalkan Menu Baru

1. Analisis dan Riset Pasar

Sebelum memperkenalkan menu baru, lakukan riset untuk memahami selera dan preferensi pelanggan. Misalnya, survei pelanggan atau uji coba rasa dapat memberi wawasan tentang rasa atau varian kripik yang mungkin diminati. Analisis ini membantu memastikan menu baru sesuai dengan target pasar dan memperkecil risiko.

2. Menetapkan Tujuan Perubahan

Dengan menetapkan tujuan yang spesifik, langkah langkah selanjutnya bisa lebih terarah dan mudah dievaluasi.

3. Melibatkan Karyawan dalam Pengembangan Menu

Libatkan karyawan dalam proses penciptaan dan pengenalan menu baru, mulai dari brainstorming hingga pengujian. Keterlibatan ini akan membuat mereka merasa memiliki, lebih antusias, dan siap menjelaskan produk baru kepada pelanggan.

4. Melakukan Uji Coba Terbatas (*Soft Launch*)

Sebelum resmi diluncurkan, lakukan uji coba terbatas menu baru untuk mengukur respons awal. Ini bisa dilakukan dalam bentuk sampling atau penjualan terbatas di toko. Uji coba ini membantu mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan sebelum menu diperkenalkan secara luas.

5. Pelatihan dan Edukasi Karyawan

Pastikan karyawan mendapatkan pelatihan mengenai menu baru, seperti cara produksi, penanganan, dan cara menjelaskan keunggulan menu kepada pelanggan. Ini memastikan bahwa karyawan mampu memberikan pelayanan yang informatif dan menarik bagi konsumen.

6. Strategi Pemasaran yang Terencana

Buat kampanye pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan menu baru. Ini bisa mencakup promosi khusus, diskon awal, atau menggunakan media sosial untuk membangun kesadaran. Strategi pemasaran yang kuat akan membantu menu baru mendapat perhatian dari pelanggan.

7. Komunikasi Terbuka dengan Pelanggan

Gunakan berbagai media komunikasi, seperti media sosial atau banner di toko, untuk memberi tahu pelanggan tentang menu baru. Komunikasi yang baik akan membuat pelanggan merasa antusias untuk mencoba dan memberikan umpan balik.

8. Mengumpulkan Umpan Balik

Setelah menu baru diluncurkan, aktifkan saluran untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan. Ini bisa dilakukan melalui survei, kotak saran, atau interaksi langsung di media sosial. Umpan balik ini akan sangat berguna untuk menilai keberhasilan menu baru dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Teknologi yang Mendukung Proses Manajemen Perubahan

1. Platform E-commerce dan Penjualan Online

Menyediakan toko online atau bergabung di marketplace besar dapat memperluas jangkauan penjualan ke luar daerah dan memungkinkan toko memperkenalkan produk baru atau promosi lebih mudah. Ini membuka peluang untuk menarik pelanggan baru dan menjaga daya saing.

2. Pemasaran Digital di Media Sosial

Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, toko dapat menginformasikan pelanggan tentang produk baru, promosi, atau update lain dengan cepat dan mudah. Media sosial memungkinkan toko membangun citra merek dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Kemampuan teknologi memberi perusahaan kemampuan yang tak tertandingi untuk berubah guna memanfaatkan peluang pasar. Di tingkat perusahaan, perusahaan harus menyediakan konteks yang memungkinkannya untuk mengubah kemampuan teknologinya menjadi nilai bagi para pemangku kepentingannya (Nasution & Nuri Aslami, 2022).

Manajemen Perubahan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Seiring perkembangan teknologi dan perubahan dalam perilaku konsumen, upaya penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif, dan orientasi pasar menjadi semakin penting bagi kinerja pemasaran UMKM (Elwisam & Rahayu Lestari, 2019). Manajemen perubahan yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di toko oleh-oleh Kripik Balado Salsabila dengan cara memastikan bahwa produk, layanan, dan pengalaman pelanggan selalu sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi yang berkembang. Berikut beberapa cara spesifik manajemen perubahan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Inovasi Produk Sesuai Tren

Dengan terus berinovasi sesuai perubahan selera pasar dan tren, seperti menambah varian rasa atau memperkenalkan kemasan yang lebih menarik, toko dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan menarik minat mereka. Pelanggan cenderung merasa lebih puas jika mereka melihat produk yang beragam dan sesuai selera terbaru.

Dalam konteks industri pemasaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki dampak signifikan terhadap daya tarik konsumen. Strategi inovasi produk menjadi kunci kesuksesan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Keberhasilan inovasi produk terutama tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memahami dan merespons preferensi konsumen yang beragam (Elwisam & Rahayu Lestari, 2019). Produk yang inovatif cenderung memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang (Berlianti et al., 2024).

2. Peningkatan Kualitas Layanan

Manajemen perubahan bisa mencakup pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan pelayanan, mempercepat waktu respons, atau meningkatkan keramahan layanan di toko dan online. Pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan kenyamanan dan kesan positif pelanggan terhadap toko.

3. Peningkatan Kemasan dan Pengemasan Produk

Dengan perubahan yang memperbaiki kualitas atau desain kemasan, produk dapat terlihat lebih menarik dan aman saat diangkut. Kemasan yang praktis dan rapi

meningkatkan nilai produk di mata pelanggan, terutama mereka yang ingin menjadikannya sebagai oleh-oleh atau hadiah.

KESIMPULAN

Berdasarkan deskripsi dan analisis Kripik Balado Salsabila yang telah dilakukan diatas didapati bahwa secara keseluruhan UMKM Kripik Balado Salsabila ini telah mengalami perubahan yang signifikan dari tahun ke tahun. Perubahan yang dimiliki berupa dari segi pemasaran produk yang beralih dari menawarkan ketoko-toko hingga menggunakan internet dan media sosial. Kripik Balado Salsabila melakukan perubahan dan perkembangan setiap tahun agar memperlancar proses produksi dan pemasaran serta penjualan produk dan juga memberikan kontribusi terhadap PRDB di Kota Padang untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 1, 2024 | 1861. 7, 1861–1864.*
- Elwisam, & Rahayu Lestari. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina, 4(2), 277–286.* <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Nasution, D. A., & Nuri Aslami. (2022). Fungsi Manajemen Perubahan Dalam Kemajuan Suatu Organisasi/Perusahaan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(8), 1411–1420.* <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.183>
- Rizal, A., Kahfi, S. N., Abdurrahman, Wulandono, & Tono. (2023). Manajemen Perubahan Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Bagi Adaptasi Organisasi. *BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu, 2(4), 933–941.*