



ANALISIS STRATEGI ADAPTASI DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN TEKNOLOGI DAN PASAR PADA UMKM KONVEKSI DI KABUPATEN JOMBANG

Hani Nuria Via, Atmojo Tri Cahyo

Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Jombang

Abstrak

Perubahan teknologi dan dinamika pasar menuntut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) konveksi untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi adaptasi UMKM konveksi di Kabupaten Jombang dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada dua UMKM konveksi, yaitu Vidatex dan Helomic. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan model Miles & Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptasi dilakukan melalui tiga pola utama: (1) pembacaan situasi dengan memantau tren pesanan dan interaksi konsumen; (2) penyesuaian berbasis kebutuhan lingkungan melalui inovasi produk dan personalisasi layanan; dan (3) pengelolaan sistem serta sumber daya melalui koordinasi kerja informal dan pemanfaatan media digital. Penelitian ini menegaskan bahwa fleksibilitas adaptif menjadi kekuatan utama UMKM konveksi, meskipun masih terdapat kelemahan pada aspek standarisasi dan pemanfaatan teknologi. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya dukungan pelatihan kontekstual serta penguatan kapasitas internal agar UMKM mampu menghadapi dinamika pasar secara berkelanjutan.

Kata Kunci: strategi adaptasi, UMKM konveksi, perubahan teknologi, dinamika pasar, ketahanan usaha.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang berperan penting dalam

perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar sekaligus berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto.

Namun, sektor ini juga menghadapi tantangan besar akibat perubahan teknologi digital dan dinamika pasar yang semakin cepat. Pada sektor konveksi, perubahan tren mode, kebutuhan konsumen yang beragam, serta munculnya pesaing baru menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi dari pelaku usaha. Kabupaten Jombang menjadi konteks menarik karena UMKM konveksi di daerah ini tumbuh cukup pesat, namun masih menghadapi kendala keterbatasan manajerial, literasi digital, dan standarisasi produk.

Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada aspek inovasi produk (Afni et al., 2024) atau pemanfaatan pemasaran digital (Nurhayati & Ardianingsih, 2024) pada UMKM secara umum. Namun, kajian mengenai strategi adaptasi yang secara khusus menyoroti UMKM konveksi di daerah dengan karakteristik lokal, seperti Jombang, masih terbatas. Padahal, karakteristik sosial-budaya dan pola konsumsi masyarakat di wilayah ini memiliki pengaruh yang unik terhadap dinamika usaha. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian (research gap) tersebut, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih kontekstual tentang bagaimana UMKM konveksi menyesuaikan diri dalam menghadapi perubahan teknologi dan pasar.

Masalah dan Wawasan Rencana Pemecahan Masalah

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM konveksi adalah kesulitan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan teknologi, seperti pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan pengelolaan produksi, serta dinamika pasar yang menuntut inovasi produk secara berkelanjutan. Jika tidak segera diatasi, hal ini dapat menurunkan daya saing dan menghambat keberlanjutan usaha. Rencana pemecahan masalah yang

ditawarkan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi adaptasi yang dijalankan UMKM konveksi, meliputi pembacaan situasi pasar, inovasi produk dan layanan, serta pengelolaan sumber daya dan teknologi yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji strategi adaptasi yang diterapkan oleh UMKM konveksi di Kabupaten Jombang dalam menghadapi perubahan teknologi dan dinamika pasar. Studi kasus dipilih karena memberikan pendekatan yang mendalam dan komprehensif terhadap fenomena yang kompleks di lingkungan nyata, serta memungkinkan pemahaman yang lebih kontekstual terhadap praktik adaptasi secara detail. (Suliyanto, 2018), studi kasus merupakan metode yang tepat ketika peneliti ingin memahami suatu fenomena secara menyeluruh dalam konteks nyata, terutama pada unit analisis skala kecil seperti UMKM.

Subjek dan Lokasi Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari dua UMKM konveksi yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dalam adaptasi bisnis, yaitu Konveksi Vidatex dan Konveksi Helomic. Pemilihan purposive sampling sejalan dengan pandangan (Suliyanto, 2018) yang menekankan bahwa pemilihan sampel dalam penelitian kualitatif didasarkan pada pertimbangan tertentu agar mampu memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan dua subjek ini dilakukan untuk mendapatkan perbandingan strategi yang beragam namun masih representatif di konteks Kabupaten Jombang. Lokasi penelitian berfokus pada Kabupaten Jombang yang merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM konveksi yang pesat namun masih menghadapi

berbagai kendala manajerial dan teknologi.

Teknik Pengumpulan Data

Data utama diperoleh melalui tiga teknik pengumpulan yang saling melengkapi: wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2019) bahwa triangulasi teknik dalam penelitian kualitatif diperlukan untuk meningkatkan kredibilitas data.

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemilik usaha, karyawan, dan beberapa konsumen sebagai informan kunci. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi secara rinci mengenai pengalaman, tantangan, motivasi, dan strategi adaptasi yang mereka terapkan dalam menghadapi perubahan pasar dan teknologi. Pertanyaan dirancang berdasarkan indikator penelitian terkait pembacaan pasar, penyesuaian kebutuhan lingkungan, dan pengelolaan sumber daya.

2. Observasi Partisipatif

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi produksi dan aktivitas operasional UMKM. Peneliti mengamati proses produksi, interaksi dengan konsumen, penggunaan teknologi digital, serta dinamika kerja tim yang menggambarkan fleksibilitas dan pola adaptasi dalam praktik sehari-hari.

3. Dokumentasi

Data dokumenter berupa penelusuran dokumen online dan dokumen resmi yang relevan, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang relevan dengan penelitian ini. Pengumpulan data online dan offline dari UMKM konveksi, yaitu Konveksi Vidatex dan Konveksi Helomic. Dokumentasi

juga mencakup perencanaan strategi adaptasi teknologi yang telah dilakukan oleh UMKM, seperti pengembangan produk baru dan evaluasi penggunaan platform e-commerce. Selain itu, bukti partisipasi UMKM dalam melakukan strategi adaptasi dalam pemasaran digital, atau teknologi produksi yang relevan dikaji untuk mendukung validitas informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Dokumentasi ini membantu memahami pola tren permintaan pasar serta cara UMKM memanfaatkannya secara nyata.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman (1994) dalam (Rosyada, 2020) yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu: Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Menurut (Sugiyono, 2019), teknik analisis data dalam penelitian kualitatif menekankan pada proses interaktif yang berlangsung secara terus-menerus hingga data dianggap jenuh, sehingga temuan yang diperoleh dapat lebih valid dan mendalam.

1. Reduksi Data

Yaitu penyaringan dan penyederhanaan data untuk fokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, sekaligus menghilangkan data kurang signifikan.

2. Penyajian Data

Yaitu penyusunan data yang telah direduksi lalu disusun dalam bentuk narasi, tabel, dan diagram untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi.

3. Penarikan Kesimpulan

Yaitu tahap akhir dimana peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola dan tema yang muncul dari data yang telah dianalisis, serta memastikan konsistensi dan validitas temuan.

Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan dan kredibilitas data, digunakan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan yaitu pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Triangulasi metode melibatkan perbandingan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti melakukan pengecekan ulang data kepada informan (member checking) untuk memastikan interpretasi sesuai dengan kenyataan di lapangan. Langkah ini memastikan bahwa hasil penelitian memiliki validitas yang kuat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan temuan yang menggambarkan strategi adaptasi UMKM konveksi di Kabupaten Jombang, khususnya Konveksi Vidatex dan Konveksi Helomic. Hasil penelitian disajikan berdasarkan tiga fokus utama, yaitu: (1) strategi pembacaan situasi pasar, (2) bentuk penyesuaian berbasis kebutuhan lingkungan, dan (3) pengelolaan sistem serta sumber daya.

1. Strategi Pembacaan Situasi Pasar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua UMKM konveksi melakukan pembacaan situasi pasar melalui interaksi langsung dengan konsumen dan pemantauan tren pesanan. Konveksi Vidatex lebih mengandalkan pesanan rutin dari konsumen tetap, sementara Konveksi Helomic lebih responsif terhadap perubahan tren mode dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk melihat preferensi konsumen. Pemantauan ini membantu UMKM memahami kebutuhan pasar dan mengantisipasi perubahan permintaan. Dengan strategi tersebut, kedua konveksi dapat menjaga relevansi

produk agar tetap sesuai dengan selera konsumen. Pendekatan ini juga memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi dinamika industri fashion yang cepat berubah.

2. Penyesuaian Berbasis Kebutuhan Lingkungan

Adaptasi juga dilakukan dengan menyesuaikan produk dan layanan sesuai kebutuhan konsumen. Vidatex menerapkan inovasi dalam bentuk variasi model pakaian seragam kerja dan busana muslim sesuai permintaan pelanggan. Sementara itu, Helomic lebih menonjol dalam personalisasi layanan, seperti menyesuaikan desain kaos custom dan pakaian kasual dengan preferensi pelanggan muda. Kedua UMKM menunjukkan fleksibilitas tinggi dalam merespons kebutuhan pasar, meskipun inovasi yang dilakukan masih terbatas pada permintaan langsung konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa kreativitas UMKM sangat dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yang mereka layani. Strategi adaptif semacam ini penting agar usaha tetap berkelanjutan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

3. Pengelolaan Sistem dan Sumber Daya

Dalam hal pengelolaan sistem, Vidatex mengandalkan koordinasi kerja informal dengan karyawan untuk menjaga efisiensi produksi. Helomic, di sisi lain, memanfaatkan media digital tidak hanya untuk promosi tetapi juga sebagai alat komunikasi internal dengan karyawan. Sumber daya manusia pada kedua UMKM masih terbatas, sehingga strategi adaptasi lebih menekankan pada kerja sama tim yang fleksibel daripada struktur manajemen yang formal. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi UMKM konveksi di Jombang berfokus pada fleksibilitas, kedekatan dengan konsumen, serta

pemanfaatan teknologi sederhana untuk menunjang operasional usaha.

Pembahasan

Penelitian ini mengungkap tiga pola utama strategi adaptasi yang diterapkan oleh UMKM konveksi di Kabupaten Jombang, yaitu pembacaan situasi pasar, penyesuaian berbasis kebutuhan lingkungan, dan pengelolaan sistem serta sumber daya. Temuan ini konsisten dengan konsep adaptasi organisasi yang menekankan perlunya *environmental scanning* dan fleksibilitas dalam merespons dinamika eksternal (Sarta et al., 2021). Kedua UMKM menunjukkan kapasitas adaptasi yang kuat meskipun dengan pendekatan yang berbeda sesuai karakteristik masing-masing.

1. Strategi Pembacaan Situasi Pasar

Strategi pembacaan situasi pasar menjadi fondasi utama dalam adaptasi UMKM konveksi di Kabupaten Jombang. Kedua UMKM yang diteliti menunjukkan pendekatan yang berbeda namun sama-sama efektif dalam konteks mereka. Konveksi Vidatex lebih mengandalkan hubungan kuat dengan konsumen tetap serta pola pesanan rutin, yang menjadi sumber stabilitas produksi dan pendapatan. Namun, pendekatan ini berisiko kurang responsif terhadap perubahan pasar yang cepat dan terbatasnya variasi produk serta inovasi, sehingga potensi untuk memperluas segmen pasar juga menjadi terbatas. Sebaliknya, Konveksi Helomic menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk memantau tren mode dan permintaan pasar yang bersifat dinamis. Penggunaan teknologi digital ini memungkinkan Helomic mengumpulkan data preferensi konsumen secara real-time dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan selera, sehingga memberikan keunggulan dalam fleksibilitas dan inovasi serta

kemampuan bersaing di pasar yang lebih kompetitif.

Temuan ini sejalan dengan teori adaptasi organisasi yang menempatkan *environmental scanning* sebagai proses vital dalam pengambilan keputusan bisnis (Sarta et al., 2021). Penelitian kontemporer juga menunjukkan bahwa UMKM yang aktif memantau dan mengamati perubahan pasar memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi ketidakpastian dan disrupsi ekonomi (Wibawa et al., 2023). Meski pembacaan situasi pasar menjadi kekuatan utama, penelitian ini juga menemukan tantangan yang dihadapi UMKM, terutama keterbatasan kapasitas sumber daya untuk melakukan analisis data pasar secara sistematis dan kurangnya pelatihan dalam pemanfaatan teknologi digital canggih. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas internal dalam hal penguasaan teknologi dan kemampuan analisis pasar menjadi langkah prioritas untuk memperkuat efektivitas strategi pembacaan situasi pasar dan mendorong inovasi berkelanjutan.

Temuan penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi (Wibawa et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pemantauan tren melalui media digital mampu meningkatkan daya saing UMKM konveksi di Tasikmalaya. Namun, perbedaannya terletak pada konteks Jombang, di mana sebagian UMKM masih mengandalkan pesanan konsumen tetap sebagai sumber stabilitas. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun pemanfaatan digital menjadi tren dominan secara nasional, karakteristik lokal tetap memengaruhi pola adaptasi, sehingga strategi pembacaan pasar tidak dapat diseragamkan antar daerah.

2. Penyesuaian Berbasis Kebutuhan Lingkungan

Dalam aspek Penyesuaian Berbasis Kebutuhan Lingkungan, kedua UMKM telah melakukan inovasi produk dan layanan yang responsif terhadap permintaan pelanggan. Vidatex lebih fokus pada inovasi produk pakaian seragam kerja dan busana muslim sesuai pesanan, sedangkan Helomic menonjol dalam personalisasi layanan dan variasi desain kaos custom dan pakaian kasual. Strategi ini menunjukkan bentuk adaptasi yang berbasis kebutuhan lingkungan pelanggan, sesuai dengan tujuan penelitian. Meski demikian, inovasi yang dilakukan masih bersifat reaktif, yaitu mengikuti kebutuhan yang sudah ada tanpa menciptakan tren baru. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM konveksi di Jombang masih berada pada tahap survival adaptation, bukan transformational adaptation (Nurhayati & Ardianingsih, 2024). Temuan ini sejalan dengan penelitian (Afni et al., 2024) yang menekankan pentingnya inovasi produk berbasis kebutuhan konsumen sebagai kunci mempertahankan loyalitas pelanggan.

Untuk bergerak menuju transformational adaptation, UMKM perlu meningkatkan kapasitas inovasi secara proaktif melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM tidak hanya mampu merespons permintaan yang ada, tetapi juga dapat menciptakan inovasi yang memimpin tren pasar dan memperkuat daya saing jangka panjang. Temuan ini mempertegas bahwa adaptasi di UMKM konveksi Jombang masih lebih dipengaruhi oleh kebutuhan praktis konsumen lokal daripada dorongan untuk menciptakan pasar baru, sehingga ruang untuk transformasi adaptasi masih terbatas (Afni et al., 2024).

3. Pengelolaan Sistem dan Sumber Daya

Pengelolaan sistem dan sumber daya yang fleksibel menjadi kekuatan

utama kedua UMKM, khususnya dalam menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan modal. Koordinasi informal yang diterapkan oleh Vidatex, serta pemanfaatan media digital oleh Helomic sebagai alat komunikasi internal sekaligus promosi usaha, membuktikan bahwa struktur organisasi yang sederhana dan adaptif dapat meningkatkan efektivitas operasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya manusia tidak selalu menjadi hambatan, selama terdapat fleksibilitas dan kerja sama tim yang baik. Temuan ini sejalan dengan pandangan (Putri & Widadi, 2024) serta (Wibawa et al., 2023), yang menekankan pentingnya kolaborasi dan adaptasi berbasis kapasitas internal untuk mempertahankan kelangsungan usaha di tengah kondisi pasar yang tidak menentu. Selain itu, (Afni et al., 2024) juga menegaskan bahwa pengelolaan sumber daya yang responsif dapat meningkatkan ketahanan usaha UMKM.

Namun demikian, terdapat tantangan signifikan berupa rendahnya standarisasi produk dan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital yang lebih kompleks. Standarisasi produk yang rendah dapat mengurangi daya saing jangka panjang, terutama dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif dan global. Keterbatasan penguasaan teknologi digital ini juga membatasi potensi ekspansi pasar dan efisiensi bisnis. Oleh karena itu, peran pemerintah daerah serta lembaga pendamping sangat penting dalam menyediakan pelatihan kontekstual dan akses permodalan guna meningkatkan kapasitas internal UMKM dan mengatasi tantangan tersebut. Secara keseluruhan, hasil penelitian mengonfirmasi bahwa meskipun kapasitas UMKM terbatas, strategi adaptasi berbasis fleksibilitas organisasi tetap mampu mendukung keberlanjutan usaha konveksi di Kabupaten Jombang.

Dari sisi pengelolaan sumber daya, hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa fleksibilitas organisasi di Jombang sangat bergantung pada koordinasi informal dan komunikasi sederhana melalui media digital. Hal ini berbeda dengan temuan (Putri & Widadi, 2024) yang menekankan pentingnya struktur manajemen inovasi sebagai fondasi keberlanjutan UMKM di era digital. Perbedaan ini menegaskan bahwa pada UMKM di daerah dengan keterbatasan modal dan literasi digital, fleksibilitas kerja tim menjadi strategi utama, meskipun berisiko pada lemahnya standarisasi jangka panjang.

4. Ringkasan Perbandingan Strategi Adaptasi

Tabel 1. Hasil Penelitian Perbandingan Strategi Adaptasi antara UMKM Vidatex dan UMKM Helomic

No	Fokus Adaptasi	Vidatex	Helomic
1.	Pembacaan situasi pasar	Mengandalkan konsumen tetap, pesanan rutin	Aktif memantau tren mode melalui media sosial
2.	Penyesuaian berbasis lingkungan	Inovasi pada pakaian seragam kerja & busana muslim. Menggunakan mesin digital printing	Personalisasi layanan, variasi desain kaos sablon custom dan pakaian kasual. Menggunakan mesin sablon modern
3.	Pengelolaan sistem & SDM	Koordinasi kerja informal	Pemanfaatan media digital untuk komunikasi internal

Tabel di atas memperkuat bahwa perbedaan strategi adaptasi sangat dipengaruhi oleh karakter konsumen dan kapasitas internal masing-masing UMKM. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan kajian terbaru mengenai ketahanan UMKM di era pascapandemi. Menurut (Putri &

Widadi, 2024), fleksibilitas organisasi dan kemampuan memanfaatkan teknologi sederhana menjadi faktor utama yang menentukan keberlangsungan usaha kecil. Hal ini memperkuat hasil penelitian bahwa meskipun keterbatasan sumber daya masih menjadi kendala, UMKM konveksi di Jombang mampu bertahan melalui strategi adaptasi yang berbasis kedekatan dengan konsumen dan inovasi sederhana. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur tentang adaptasi UMKM, tetapi juga mempertegas bahwa daya tahan usaha kecil sangat ditentukan oleh kapasitas lokal dan kemampuan untuk merespons perubahan lingkungan secara cepat.

5. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa adaptasi UMKM tidak hanya bersifat responsif terhadap perubahan lingkungan, tetapi juga dipengaruhi oleh keterbatasan internal organisasi. Temuan ini memperluas kajian adaptasi UMKM pada konteks lokal yang unik, yaitu Kabupaten Jombang, yang belum banyak diteliti. Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM konveksi perlu memperkuat literasi digital dan manajemen inovasi agar tidak sekadar bertahan, tetapi mampu menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa strategi adaptasi UMKM konveksi di Kabupaten Jombang dilakukan melalui tiga pola utama. Pertama, pembacaan situasi pasar dengan memantau tren pesanan dan interaksi konsumen, baik langsung maupun melalui media sosial. Kedua, penyesuaian berbasis kebutuhan lingkungan yang terwujud dalam inovasi produk dan personalisasi layanan,

meskipun masih bersifat reaktif terhadap permintaan. Ketiga, pengelolaan sistem dan sumber daya yang menitikberatkan pada fleksibilitas kerja tim dan pemanfaatan media digital sederhana.

Namun, penyesuaian kebijakan sistem dan pengelolaan sumber daya masih menjadi aspek terlemah karena belum adanya sistem baku, pelatihan formal, dan integrasi teknologi yang optimal. Perbaikan di bidang ini berpotensi meningkatkan ketahanan dan efisiensi usaha. Temuan ini menguatkan teori adaptasi strategis UMKM sekaligus memberikan manfaat praktis bagi penguatan sektor usaha kecil. Secara keseluruhan, fleksibilitas adaptif menjadi kekuatan utama UMKM konveksi di Jombang, meskipun terdapat keterbatasan pada aspek standardisasi produk dan pemanfaatan teknologi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Bagi pelaku UMKM konveksi, penting untuk meningkatkan literasi digital dan berupaya lebih proaktif dalam menciptakan inovasi produk agar tidak hanya bergantung pada permintaan konsumen. Bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping, diperlukan program pelatihan yang kontekstual sesuai kebutuhan lokal, khususnya dalam bidang manajemen inovasi dan pemasaran digital, serta dukungan akses permodalan yang lebih mudah. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian pada UMKM sektor lain atau menggunakan pendekatan kuantitatif-komparatif agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi adaptasi UMKM di era perubahan teknologi dan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afni, N. L., Ningsih, S. L., Safitri, W. P. F., & Purwanto, D. (2024). Analisis struktural fungsional strategi adaptasi melalui inovasi pemasaran UMKM Es The Mase. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 133–149. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v6i1.8574>
- Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2024). Digitalisasi pemasaran pada UMKM konveksi topi baret di Dusun Ngudi, Desa Punggul, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian dan Pembangunan Lokal*, 1(3), 31–42. <https://doi.org/10.62951/masyarakatmandiri.v1i3.255>
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Rosyada, D. (2020). *Penelitian kualitatif untuk ilmu pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sarta, A., Durand, R., & Vergne, J.-P. (2021). Organizational adaptation. *Journal of Management*, 47(1), 43–75. <https://doi.org/10.1177/0149206320928182>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibawa, G. R., Firmansyah, H., Patimah, T., Kastury, L., Pratama, A. K., Aulia, S., & Ferbianti, F. (2023). Implikasi digital marketing untuk keunggulan bersaing UMKM bidang konveksi di Kota Tasikmalaya di era endemi. *Jurnal STIE AMA*, 16(2), 209–218. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/542>