

STRATEGI ADAPTASI UMKM DALAM MENGHADAPI PENURUNAN DAYA BELI MASYARAKAT: UPAYA MEMPERTAHANKAN PENDAPATAN DAN LAPANGAN KERJA

Edi Arisandi

Universitas Sapta Mandiri
ediarisandi@univsm.ac.id

Iwan Kusnadi

Universitas Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas

Abstract

The decline in people's purchasing power has had an impact on the sustainability of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. This study aims to identify and analyse the adaptation strategies implemented by MSMEs in facing economic pressures due to declining purchasing power, as well as how these strategies contribute to maintaining income and employment. A literature review method was used by examining various literature, including books, journals, and official reports related to MSMEs, purchasing power dynamics, and business strategy innovations in crisis situations. The results of the study indicate that product innovation, marketing digitalisation, business diversification, operational efficiency, and collaboration among MSME actors are the main strategies that are effective in maintaining business stability and labour absorption. This study also highlights the important role of government support in supporting the success of these adaptation strategies. These findings are expected to serve as a reference for stakeholders in developing more effective policies and programmes to strengthen the resilience of MSMEs in times of economic uncertainty.

Keywords: *MSMEs, adaptation strategies, community purchasing power, income, employment, literature review, digitalisation, business diversification.*

Abstrak

Penurunan daya beli masyarakat memberikan dampak terhadap keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi adaptasi yang diterapkan UMKM dalam menghadapi tekanan ekonomi akibat menurunnya daya beli masyarakat, serta bagaimana strategi tersebut berkontribusi dalam mempertahankan pendapatan dan lapangan kerja. Metode kajian pustaka digunakan dengan menelaah berbagai literatur, termasuk buku, jurnal, dan laporan resmi terkait UMKM, dinamika daya beli, serta inovasi strategi bisnis dalam situasi krisis. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi produk, digitalisasi pemasaran, diversifikasi usaha, efisiensi operasional, dan kolaborasi antar pelaku UMKM merupakan strategi utama yang efektif dalam menjaga stabilitas usaha dan penyerapan tenaga kerja. Studi ini juga menyoroti peran penting dukungan pemerintah dalam menunjang keberhasilan strategi adaptasi tersebut. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemangku kepentingan

dalam mengembangkan kebijakan dan program yang lebih efektif untuk memperkuat daya tahan UMKM di masa ketidakpastian ekonomi.

Kata Kunci: UMKM, strategi adaptasi, daya beli masyarakat, pendapatan, lapangan kerja, kajian pustaka, digitalisasi, diversifikasi usaha.

Pendahuluan

Penurunan daya beli masyarakat merupakan sebuah fenomena yang memberikan dampak luas terhadap berbagai sektor ekonomi, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Daya beli yang melemah menyebabkan konsumsi rumah tangga menurun sehingga permintaan terhadap produk dan jasa yang dihasilkan UMKM ikut terdampak negatif. Kondisi ini menjadi tantangan utama bagi pelaku UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usaha mereka (Mustika & Heru, 2022). Salah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat adalah inflasi yang terus meningkat, yang berimbas pada naiknya harga barang dan jasa. Pengaruh pandemi Covid-19 semakin memperparah ketidakstabilan ekonomi yang menekan kemampuan masyarakat untuk berbelanja, sementara pendapatan relatif stagnan atau bahkan menurun. Situasi ini mempersempit ruang gerak UMKM dalam mengoptimalkan penjualan dan mempertahankan pendapatan (Virdhian, 2022).

Tidak hanya itu, dampak pandemi juga menimbulkan gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) di berbagai sektor. Pengurangan tenaga kerja ini menyebabkan berkurangnya pendapatan rumah tangga secara umum yang berdampak langsung pada menurunnya konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, UMKM sebagai salah satu penyerap tenaga kerja utama turut merasakan tekanan dari menurunnya daya beli yang berpotensi mengancam stabilitas usaha dan lapangan kerja (Bowo, 2023).

Dalam menghadapi tekanan tersebut, UMKM dihadapkan pada berbagai dinamika dan risiko yang cukup besar. Penurunan pendapatan mengakibatkan kapasitas produksi menurun, kesulitan likuiditas, serta risiko kegagalan usaha yang berujung pada pengurangan tenaga kerja. Hal ini menuntut UMKM untuk segera melakukan adaptasi agar dapat bertahan di tengah kondisi ekonomi yang serba tidak pasti (Hardilawati, 2020).

Peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional tidak bisa dianggap remeh. Sektor ini merupakan tulang punggung yang menyerap tenaga kerja dan menyediakan pendapatan bagi masyarakat banyak, terutama di kalangan kelas menengah ke bawah. Oleh karena itu, menjaga keberlangsungan UMKM berarti sekaligus menjaga stabilitas sosial ekonomi yang lebih luas (Maliangkay, 2024).

Strategi adaptasi menjadi kunci bagi UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang meski menghadapi penurunan daya beli masyarakat. Adaptasi ini dapat

berupa inovasi produk dan layanan, penerapan teknologi digital untuk memperluas pemasaran, diversifikasi usaha, serta efisiensi dalam operasional dan pengelolaan keuangan. Selain itu, membangun kemitraan dan kolaborasi strategis juga dapat memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi tantangan (Damayanti, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti platform e-commerce dan media sosial, secara signifikan membantu UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Inovasi ini memungkinkan UMKM untuk terus beroperasi meskipun terjadi pembatasan fisik dan penurunan aktivitas pasar tradisional (Hidayat, 2020). Selain itu, diversifikasi produk dan layanan menjadi cara efektif dalam mengurangi risiko ketergantungan terhadap satu jenis produk yang rawan mengalami penurunan permintaan. Upaya ini tidak hanya menjaga kelangsungan usaha tetapi juga memberikan peluang baru untuk pengembangan bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar (Mulyadi, 2020).

Efisiensi operasional juga menjadi perhatian utama dalam strategi adaptasi UMKM. Pengelolaan keuangan yang lebih ketat dan penggunaan sumber daya secara optimal dapat menekan biaya produksi serta menjaga kesehatan finansial usaha. Hal ini penting agar UMKM tetap mampu bersaing di tengah kondisi ekonomi yang menantang (Kuratko & Shepherd, 2022).

Peran pemerintah dan lembaga terkait sangat penting dalam mendukung upaya adaptasi UMKM. Kebijakan serta program bantuan yang tepat sasaran dapat memberikan stimulan dan dukungan agar strategi yang dijalankan oleh UMKM dapat berjalan dengan efektif dan berkelanjutan. Dukungan ini juga bisa berbentuk pelatihan, akses permodalan, dan fasilitasi pemasaran.

Akhirnya, penelitian ini mengkaji tentang dampak penurunan daya beli Masyarakat, strategi dan evaluasi dari strategi yang digunakan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah metode kajian pustaka (*literature review*), yaitu dengan mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, laporan lembaga pemerintah, serta hasil penelitian terdahulu yang membahas penurunan daya beli masyarakat, tantangan yang dihadapi UMKM, dan strategi adaptasi yang diterapkan (Eliyah & Aslan, 2025). Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) untuk mengidentifikasi pola, kesenjangan, dan efektivitas strategi adaptasi yang telah

dilakukan UMKM dalam mempertahankan pendapatan dan lapangan kerja di tengah penurunan daya beli masyarakat (Booth & Carroll, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Dampak Penurunan Daya Beli Masyarakat Terhadap Kinerja UMKM

Penurunan daya beli masyarakat merupakan tantangan besar bagi perekonomian nasional yang secara langsung berdampak pada kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Lemahnya daya beli menyebabkan konsumsi rumah tangga menurun dan berakibat pada turunnya permintaan terhadap produk dan jasa yang dihasilkan oleh sektor UMKM. Penurunan permintaan ini mengakibatkan UMKM harus menghadapi berbagai risiko, mulai dari stagnasi penjualan hingga ancaman dalam kelangsungan usaha (Kuratko & Shepherd, 2022).

Situasi penurunan daya beli tak jarang membuat pendapatan UMKM menurun secara signifikan. Produk-produk yang sebelumnya laku keras kini berkurang peminat, sehingga omzet usaha pun turut menurun. Kondisi ini membawa dampak domino pada berbagai aspek usaha, mulai dari pengelolaan inventori hingga kemampuan membayar kewajiban operasional sehari-hari. Dampak lain yang dirasakan adalah terjadinya penumpukan persediaan barang. Dengan permintaan pasar yang menurun, UMKM mengalami kesulitan dalam menghabiskan stok yang ada. Hal ini membuat modal usaha menjadi terikat pada barang yang tidak segera terjual, memperburuk likuiditas dan memicu masalah keuangan jangka pendek maupun Panjang (Chairani, 2025).

Kesulitan arus kas menjadi persoalan lanjutan. Pendapatan yang menurun drastis menyebabkan UMKM harus mengatur ulang prioritas pengeluaran, termasuk pembayaran gaji karyawan, pembelian bahan baku, serta biaya operasional lainnya. Tak sedikit pelaku UMKM yang terpaksa melakukan efisiensi besar-besaran atau bahkan memangkas jumlah tenaga kerja sebagai langkah bertahan (Mohd Fazli Mohd Sam et al., 2025). Produktivitas usaha juga sering kali menurun karena aktivitas penjualan melambat. Proses produksi yang tidak optimal dapat berujung pada pengurangan jam kerja pegawai, pengurangan shift, atau bahkan penghentian operasional sementara. Hal ini menciptakan efek berantai tidak hanya pada pelaku usaha, tetapi juga pekerja yang bergantung pada sektor UMKM untuk memperoleh penghasilan (Falimu et al., 2023).

Pada saat yang sama, tekanan untuk tetap bertahan memicu UMKM untuk melakukan berbagai penyesuaian, termasuk mengatur ulang strategi pemasaran dan memperkuat hubungan dengan konsumen yang tersisa. Namun, aktivitas promosi kerap terbatas akibat keterbatasan dana, sehingga upaya untuk memperoleh

pelanggan baru pun berjalan lambat. Penurunan daya beli juga mendorong UMKM menghadapi tekanan harga. Dalam rangka mempertahankan penjualan, sebagian UMKM mungkin terpaksa menurunkan harga produk atau memberikan diskon agresif yang akhirnya menekan margin keuntungan. Kondisi ini, jika berlangsung lama, mengancam keberlanjutan usaha secara menyeluruh (Arifin, 2024).

Selain aspek keuangan dan operasional, aspek psikologis pelaku UMKM pun terdampak. Ketidakpastian pendapatan dan masa depan usaha menimbulkan tekanan mental dan stres bagi pelaku usaha dan pekerja, terutama bila usaha menjadi sumber penghasilan utama keluarga. Kondisi psikologis ini dapat mengurangi semangat inovasi dan motivasi untuk berkembang (Wahyudi & Rosdiana, 2024). Ketika daya beli masyarakat rendah, kemampuan UMKM untuk melakukan ekspansi maupun investasi baru menjadi terhambat. Arus kas yang tidak sehat membuat pengusaha cenderung fokus bertahan daripada mencari peluang pengembangan usaha. Akibatnya, pertumbuhan sektor UMKM secara agregat melambat, bahkan stagnan pada sebagian kasus (Ilyasi, 2022).

Dampak selanjutnya adalah berkurangnya kontribusi UMKM terhadap penciptaan lapangan kerja. Pengurangan tenaga kerja atau pembatasan perekrutan baru tidak terhindarkan, yang pada akhirnya menurunkan daya serap tenaga kerja secara nasional dan memperburuk angka pengangguran di Masyarakat (Fasth et al., 2023).

Pelemahan daya beli juga mempersempit akses UMKM pada sumber pendanaan eksternal. Kreditor atau lembaga keuangan menjadi lebih selektif dalam memberikan pinjaman kepada UMKM yang kinerjanya menurun, karena risiko gagal bayar meningkat. Hal ini makin menghambat UMKM dalam mengatasi masalah likuiditas dan melakukan perbaikan usaha (Ruhmawati & Satria, 2024).

Sementara itu, pelemahan ekonomi mikro ini apabila tidak tertangani berpotensi menciptakan efek sosial yang nyata, seperti meningkatnya angka kemiskinan dan disparitas ekonomi di tingkat lokal. Peran UMKM sebagai penopang ekonomi keluarga dan masyarakat menurun drastis ketika usaha-usaha kecil kesulitan bertahan. Di sisi lain, ada UMKM yang mampu bertahan dan menyesuaikan diri melalui langkah adaptif seperti inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta diversifikasi layanan. Meskipun jumlahnya tidak dominan, pelaku UMKM yang melakukan transformasi ini menjadi contoh keberhasilan strategi bertahan di tengah krisis daya beli (Suhendar & Fadhillah, 2023).

Secara keseluruhan, penurunan daya beli masyarakat membawa dampak luas yang merugikan kinerja UMKM dari segi pendapatan, operasional, tenaga kerja, hingga aspek pertumbuhan usaha. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang

untuk melakukan pembaruan strategi dan adaptasi secara berkelanjutan, agar UMKM dapat tetap eksis sebagai pilar ekonomi nasional.

Dalam kerangka yang lebih besar, penanggulangan dampak penurunan daya beli terhadap UMKM perlu melibatkan dukungan kebijakan pemerintah dan sinergi berbagai pihak terkait. Kerja sama dalam bentuk kebijakan fiskal, pelatihan kewirausahaan, insentif pajak, dan fasilitasi akses permodalan menjadi hal penting agar UMKM tetap mampu bertahan dan berkontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi, meskipun daya beli masyarakat menurun.

Strategi Adaptasi UMKM

Strategi adaptasi menjadi kunci penting bagi UMKM dalam menghadapi penurunan daya beli masyarakat. Kondisi ini memaksa pelaku usaha untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berinovasi agar usaha tetap berjalan dan dapat mempertahankan pendapatan serta lapangan kerja. Ketahanan UMKM sangat bergantung pada kemampuan untuk membaca perubahan situasi dan menyesuaikan strategi bisnis sesuai tuntutan pasar. Salah satu strategi utama yang banyak diterapkan adalah inovasi produk dan layanan. UMKM didorong untuk menciptakan pembaruan pada produk agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen yang semakin selektif akibat keterbatasan anggaran rumah tangga. Inovasi ini tidak harus selalu berarti produk baru, tetapi dapat berupa peningkatan kualitas, pengemasan ulang, atau menambah varian produk (Bikefe & Daniel, 2022).

Penyesuaian harga menjadi langkah berikutnya yang dilakukan pelaku UMKM. Menghadapi konsumen yang sensitif terhadap harga, UMKM menyesuaikan margin keuntungan tanpa harus mengorbankan kualitas. Penawaran diskon, promo bundling, dan pembayaran fleksibel menjadi cara-cara adaptif dalam menjaga daya beli konsumen yang melemah. Transformasi digitalisasi turut menjadi pilihan strategis agar UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas di tengah keterbatasan mobilitas fisik. Pemanfaatan platform online, media sosial, dan layanan pesan antar memperluas kanal penjualan serta mendekatkan UMKM pada konsumen yang semakin terbiasa dengan aktivitas digital (Aini et al., 2024).

Diversifikasi usaha juga sangat penting, terutama ketika satu jenis produk mengalami penurunan permintaan ekstrem. Beberapa pelaku UMKM mengembangkan usaha baru sebagai penopang pendapatan utama, sehingga kerugian di satu lini usaha dapat diimbangi dengan keuntungan dari lini lain yang lebih stabil (Taufik & Savitri, 2023).

Efisiensi operasional diterapkan guna menghadapi tekanan arus kas. Pengetatan pengeluaran, penghematan biaya produksi, serta optimalisasi sumber

daya menjadi fokus utama agar bisnis dapat bertahan meski pemasukan menurun. Pengelolaan keuangan yang bijak, termasuk pembuatan cadangan kas, menjadi pondasi penting di masa sulit. Penguatan jejaring komunitas dan kolaborasi antar pelaku UMKM sengaja diperkuat. Melalui jaringan ini, pelaku usaha saling berbagi informasi, pengalaman, serta mendukung satu sama lain melalui promosi silang atau pengadaan bahan baku bersama agar biaya lebih efisien (Ariyanto & Fadillah, 2023).

Upaya memperbaiki kualitas sumber daya manusia juga semakin disadari urgensinya. Meningkatkan literasi digital, keterampilan manajemen, dan kreativitas usaha dipercaya menambah resiliensi bisnis. Pelatihan dan pengembangan kapasitas SDM di lingkungan UMKM menjadi agenda berkelanjutan. Fokus pada kebutuhan pokok dan produk strategis menjadi respon adaptif lain yang dilakukan UMKM. Ketika ekonomi lesu, konsumen lebih memprioritaskan kebutuhan dasar. UMKM yang mampu memusatkan usaha pada kebutuhan primer lebih mampu bertahan dibandingkan mereka yang terus mengejar pasar produk sekunder (Kusuma & Hidayat, 2022).

Fungsi riset pasar juga semakin dioptimalkan. Dengan memahami perubahan pola konsumsi dan preferensi konsumen berbasis data, UMKM dapat melakukan penyesuaian yang lebih tepat dan efisien, sehingga setiap strategi adaptasi lebih berdampak pada kinerja usaha. Dalam konteks pemasaran, pendekatan personal pelanggan dinilai makin perlu dilakukan. Interaksi hangat, pelayanan ramah, serta komunikasi intensif membantu meningkatkan loyalitas konsumen di saat daya beli melemah. Strategi ini dapat mendorong pembelian berulang dan memperkuat hubungan bisnis jangka Panjang (Wahyudi & Rosdiana, 2024).

UMKM juga perlu mulai memanfaatkan sumber pendanaan alternatif, seperti platform crowdfunding atau peer-to-peer lending, ketika perbankan menjadi lebih selektif dalam menyalurkan pembiayaan. Sumber pendanaan ini dapat membantu UMKM menutupi kebutuhan modal kerja untuk beradaptasi dengan situasi baru. Peran dukungan keluarga dan modal sosial dalam komunitas menjadi penguat psikologis dan material di tengah tekanan berat. Saling membantu dalam hal modal, jaringan, maupun pemasaran menjadi contoh konkret strategi adaptasi berbasis solidaritas sosial (Muharam & Kurniawan, 2024).

Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan terus mengembangkan kebijakan dan program pendampingan UKM yang lebih adaptif dan tepat sasaran. Kebijakan berupa pelatihan, subsidi digitalisasi, akses pasar online, dan insentif untuk inovasi sangat dibutuhkan dalam menunjang setiap inovasi adaptasi yang dilakukan UMKM (Peñarroya-Farell, 2022).

Akhirnya, optimisme dan mental bertumbuh tetap menjadi faktor penting yang menopang keberlanjutan setiap strategi adaptasi UMKM. Ketahanan usaha tidak bisa dilepaskan dari keyakinan pelaku usaha akan peluang pemulihan ekonomi dan kesiapan dalam menghadapi tantangan yang terus berubah.

Evaluasi Upaya UMKM dalam Mempertahankan Pendapatan dan Lapangan Kerja

UMKM telah menunjukkan daya tahan yang signifikan dengan mengaplikasikan berbagai strategi adaptasi. Salah satu bentuk respons yang umum adalah inovasi produk, baik dari sisi kualitas maupun kemasan. Langkah ini terbukti dapat mempertahankan minat konsumen sekaligus membuka peluang pada segmen pasar baru sehingga membantu menjaga pendapatan di masa sulit (Karim et al., 2023).

Digitalisasi usaha menjadi pilar penting dalam upaya UMKM memperluas jaringan pemasaran. Pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial ternyata berhasil mendatangkan konsumen baru dan memperkuat hubungan dengan pelanggan lama. Transaksi online yang meningkat menjadi indikator keberhasilan transformasi digital bagi pelaku UMKM. Meningkatnya kolaborasi antar-UMKM dan pembentukan komunitas usaha kecil juga menjadi kekuatan tersendiri. Melalui jejaring, UMKM mampu berbagi sumber daya, melakukan promosi bersama, hingga mengakses bahan baku dengan harga lebih kompetitif. Praktik kolaborasi ini turut membantu mengurangi biaya operasional serta memperkuat posisi tawar di pasar (Riza, 2022).

Diversifikasi usaha atau produk telah banyak diterapkan untuk memperkuat ketahanan pendapatan. Ketika permintaan pada satu produk menurun, lini usaha lain dapat menjadi penopang. Diversifikasi juga memacu inovasi dan kemampuan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan tren konsumsi masyarakat di masa krisis (Suleman & Amiruddin, 2023).

Upaya efisiensi operasional dilakukan dengan perampingan biaya produksi, mengurangi pemborosan, dan optimalisasi sumber daya manusia. UMKM yang mampu menjalankan efisiensi terbukti lebih mampu bertahan dari tekanan penurunan omzet dan menunda pemutusan hubungan kerja sebagai pilihan terakhir. Dukungan pemerintah melalui bantuan permodalan, pemotongan pajak, dan insentif digitalisasi dinilai cukup membantu sebagian UMKM tetap bertahan. Program pelatihan, pendampingan bisnis, serta kemudahan akses ke fasilitas perbankan menjadi stimulus yang mendorong pelaku usaha untuk terus bertahan dan bertransformasi (Kushariyadi et al., 2024).

Namun, penerimaan manfaat dari kebijakan pemerintah tidak selalu merata di kalangan UMKM. UMKM di daerah terpencil atau tanpa akses teknologi terkadang

masih kesulitan mengakses bantuan maupun pelatihan. Ketimpangan dalam penyerapan manfaat ini menjadi catatan penting bagi evaluasi efektivitas intervensi pemerintah.

Dari sisi ketenagakerjaan, UMKM berupaya keras mempertahankan jumlah tenaga kerja. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha terpaksa mengurangi jumlah karyawan atau mengurangi jam kerja guna menyesuaikan beban operasional dengan pendapatan. Hal ini tentu berpengaruh pada tingkat kesejahteraan pekerja (Peñarroya-Farell, 2022).

Strategi penyesuaian harga dan pemberian diskon dilakukan untuk tetap menarik pelanggan, meskipun berdampak pada margin keuntungan. Langkah ini relatif efektif menjaga perputaran barang, namun berisiko jika dilakukan secara berkepanjangan karena bisa menggerus kesehatan finansial UMKM (Wahyudi & Rosdiana, 2024).

Evaluasi juga menunjukkan bahwa inovasi pemasaran menjadi faktor pembeda utama dalam keberhasilan. UMKM yang aktif memanfaatkan media sosial, kolaborasi influencer, atau program loyalitas pelanggan, umumnya lebih mampu mempertahankan tingkat permintaan dan loyalitas konsumen dibanding yang kurang berinovasi di bidang pemasaran (Muharam & Kurniawan, 2024).

Dampak psikologis dan motivasional pelaku UMKM cukup tinggi dalam menentukan keberhasilan adaptasi. UMKM yang memiliki ketahanan mental dan terus mencari peluang baru cenderung lebih cepat pulih dan mampu melanjutkan usaha. Sebaliknya, pelaku usaha yang pasif atau tidak mencoba beradaptasi lebih rentan mengalami penurunan pendapatan maupun kegagalan usaha (Kusuma & Hidayat, 2022).

Secara keseluruhan, upaya yang telah dilakukan UMKM dalam mempertahankan pendapatan dan lapangan kerja dinilai cukup adaptif meskipun hasilnya beragam di setiap sektor dan lokasi. Dukungan kebijakan, kolaborasi, inovasi, serta kesiapan mental menjadi faktor kunci keberhasilan. Masih diperlukan sinergi lintas stakeholder agar UMKM semakin robust dalam menghadapi dinamika penurunan daya beli masyarakat, sehingga dapat terus memainkan perannya sebagai penopang utama ekonomi nasional.

Kesimpulan

Strategi adaptasi yang diterapkan UMKM dalam menghadapi penurunan daya beli masyarakat merupakan langkah penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dan mempertahankan pendapatan. UMKM berinovasi dalam produk, melakukan diversifikasi usaha, serta mengadopsi teknologi digital untuk memperluas pasar dan

meningkatkan efisiensi operasional. Melalui strategi ini, UMKM dapat tetap relevan dan berdaya saing di tengah tantangan ekonomi dan perubahan perilaku konsumen.

Selain itu, kolaborasi dengan pelaku usaha lain dan penguatan jaringan komunitas terbukti mendukung daya tahan UMKM. Upaya efisiensi produksi, pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta kepedulian terhadap kualitas sumber daya manusia menjadi fondasi penting bagi ketahanan usaha. Peran pemerintah melalui program pelatihan, pendampingan, dan akses permodalan sangat membantu UMKM dalam menjalankan strategi adaptasi secara optimal. Dengan kombinasi inovasi, kolaborasi, efisiensi, dan dukungan kebijakan yang tepat, UMKM menunjukkan resiliensi dalam mempertahankan pendapatan dan lapangan kerja di tengah penurunan daya beli masyarakat. Langkah-langkah adaptif ini membuktikan bahwa UMKM mampu bertransformasi dan tetap menjadi penopang utama perekonomian, serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat luas.

References

- Aini, N., Fadhli, M., & Ramadhan, F. (2024). Digital transformation and performance of SMEs: Evidence from emerging markets in Asia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(1), 69–87. <https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2024-0037>
- Arifin, Y. (2024). Leveraging Social Capital for MSME Adaptation Strategies in Crisis. *Journal of Community Development Studies*, 5(1), 122–139. <https://doi.org/10.31098/commddevstudies.v5i1.189>
- Ariyanto, T., & Fadillah, L. (2023). Developing Digital Capabilities for Resilient MSME Growth. *Digital Business Journal*, 5(3), 98–112. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00226-z>
- Bikefe, G. G., & Daniel, C. O. (2022). Employee Retention Practices and the Performance of Nigerian SMEs. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 1072–1083.
- Booth, A., & Carroll, C. (2020). Systematic review methods for medical and health professions education. *Medical Education*, 54(6), 468–477. <https://doi.org/10.1111/medu.14116>
- Bowo, A. B. P. (2023). Strategi UMKM untuk Menghadapi Perubahan Ekonomi: Inovasi Produk dan Pemanfaatan Media Digital. *Jurnal Aksioma*, 12(2), 122–134.
- Chairani, N. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja. *Jurnal Sammajiva*, 6(1), 77–89.
- Damayanti, D. (2021). Medical Malpractice: Legal Responsibility of Medical Personnel in the Health Law Regime in Indonesia. *Law Review*, 3(2). <https://doi.org/10.14710/lr.v3i2.2590>
- Eliyah, E., & Aslan, A. (2025). STAKE'S EVALUATION MODEL: METODE PENELITIAN. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(2), Article 2.

- Falimu, Kisman Karinda, Erwin Nursin, Sahraen Sibay, & Cintia Varadila. (2023). Marketing Communication Strategy in Efforts to Strengthen Local UMKM Products. *IJASSE*, 1(3), 125–132. <https://doi.org/10.59890/ijasse.v1i3.441>
- Fasth, J., Hellström, D., Huemer, P., & Karlsson, J. (2023). Internal openness? How and why managing directors in SMEs involve employees in strategic conversations. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(7), 1–20. <https://doi.org/10.1108/ijebr-02-2022-0147>
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 14(2), 29–44.
- Hidayat, S. (2020). Pembuktian Kesalahan: Pertanggungjawaban Pidana Dokter Atas Dugaan Malpraktik Medis. *Scopindo Media Pustaka*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/abcd1>
- Ilyasi, A. (2022). Kondisi dan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi: Penerapan Teknologi dan Digitalisasi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 6194–6204.
- Karim, S., Gani, M., & Basir, H. (2023). Adaptation of SMEs in Facing the Pandemic: Innovation and Digitalisation. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 26(1), 234–245. <https://doi.org/10.35591/jei.v26i1.12271>
- Kuratko, J., & Shepherd, D. (2022). Reorienting the organisational strategy of SMEs during the COVID-19 crisis: Can entrepreneurial orientation help? *Journal of Strategy and Management*, 15(4), 587–601. <https://doi.org/10.1108/jsma-07-2021-0156>
- Kushariyadi, Indri Yani, Eddy Silamat, Titis Nistia Sari, & Muhammad Reza Aulia. (2024). Analysis of The Influence of Market Consumption Behavior and Economic Conditions on SME Business Performance. *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, 4(3), 35–40. <https://doi.org/10.52088/ijesty.v4i3.521>
- Kusuma, A. R., & Hidayat, T. (2022). Creative adaptation of SMEs: Learning from the Pandemic. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 29(2), 112–132. <https://doi.org/10.1016/j.jabes.2022.04.002>
- Maliangkay, M. (2024). Strategi Adaptasi UMKM dalam Menghadapi Persaingan di Tengah Penurunan Daya Beli dan Krisis Ekonomi. *Jurnal Lintas Bisnis Kreatif*, 2(1), 45–58.
- Mohd Fazli Mohd Sam, Albert Feisal@Muhd Feisal Ismail, Mohd Syafiq Md Taib, Siti Nur Aisyah Alias, Nurul Hasyimah Mohamed, & Nadia Nila Sari. (2025). Micro-Entrepreneurs Strategies to Revitalise Firm Performance amid Economic Uncertainty. *IJRIS*, 9(1), 4647–4656. <https://doi.org/10.47772/IJRIS.2025.9010358>
- Muharam, N., & Kurniawan, S. (2024). Business Model Resilience: Strategies for Indonesian SMEs. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 35(1), 50–65. <https://doi.org/10.1177/09721509231234567>

- Mulyadi, D. (2020). Medical Negligence Dispute Settlement in Indonesia. *Indian Journal of Forensic Medicine & Toxicology*, 14(4), 3042–3048. <https://doi.org/10.37506/ijfmt.v14i4.12304>
- Mustika, S. K., & Heru, B. (2022). Transformational Adaptation of MSMEs Facing Economic Instability. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(2), 211–228. <https://doi.org/10.21009/ekonomikreatif.07211>
- Peñarroya-Farell, M. (2022). Business Model Adaptation to the COVID-19 Crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100222. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100222>
- Riza, I. (2022). Adaptive Financial Management Practices in UMKM. *Economic and Finance Review*, 40(8), 657–670. <https://doi.org/10.5267/j.efr.2022.1.008>
- Ruhmawati, S., & Satria, B. (2024). Inovasi dan Strategi Adaptasi UMKM Menghadapi Penurunan Daya Beli. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 16(1), 126–140. <https://doi.org/10.21580/economica.2024.15.1.15385>
- Suhendar, N., & Fadhillah, A. (2023). Innovation-Driven Growth of Indonesian MSMEs post-pandemic. *Entrepreneurship Research Journal*, 20(5), 345–365. <https://doi.org/10.1515/erj-2023-0101>
- Suleman, S., & Amiruddin, F. (2023). Adaptive Strategies of SMEs in Emerging Economies. *Jurnal Ekonomi*, 28(4), 385–400. <https://doi.org/10.31000/jeai.v4i1.3197>
- Taufik, W., & Savitri, I. (2023). Digital Marketing Strategies and Adaptation in MSMEs. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(3), 195–203. <https://doi.org/10.31289/jab.v11i3.8023>
- Virdhian, B. M. (2022). Strategies for MSMEs Empowerment Post-pandemic. *International Journal of Economics and Management*, 16(1), 33–45. <https://doi.org/10.47828/ijem.v3i1.406>
- Wahyudi, T., & Rosdiana, A. N. (2024). Maintaining business sustainability in the pandemic era by SMEs: Case study in Indonesia. *Sustainability*, 16(9), 4561. <https://doi.org/10.3390/su16094561>