

ADAPTASI UMKM TERHADAP KEBIJAKAN INDUSTRI DI ERA GLOBALISASI: STUDI KASUS KUALITATIF PADA UMKM DI PURWOKERTO

Dhina Amaliana Fitri*

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

244110201099@mhs.uinsaizu.ac.id

Dini Eviningtyas

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

244110201100@mhs.uinsaizu.ac.id

Naerul Edwin Kiky Aprianto

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

naerul.edwin@uinsaizu.ac.id

*Corresponding author: naerul.edwin@uinsaizu.ac.id

Received: 06 Oktober 2026 | Revised: 08 Oktober 2026 | Published: 19 Oktober 2026

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting the local economy but face growing challenges due to market competition, changing consumer behavior, technological developments, and globalization. These conditions require MSMEs to adapt to changes in industrial dynamics and government policies to maintain their competitiveness. This study employed a qualitative approach using the library research method. Data were collected from relevant scientific journals, books, research reports, and other scholarly sources discussing MSME adaptation, industrial policy, digitalization, and globalization, with a particular focus on MSMEs in Purwokerto. The data were analyzed descriptively by examining and synthesizing relevant literature to identify adaptation strategies, major challenges, and forms of policy support. The findings indicate that MSMEs adapt through digital marketing, electronic payment systems, social media and e-commerce utilization, product and packaging innovation, and adjustments to marketing strategies. Government support, including business training, mentoring, financing access, and regulatory simplification, also plays an important role in strengthening business capacity. However, limited digital literacy, technological access, market information, and business resources remain significant obstacles. This study highlights the importance of continuous innovation, digital capability development, and inclusive government policies in strengthening MSME resilience and competitiveness amid globalization.

Keywords: MSMEs; adaptation; industrial policy; digitalization; globalization.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, tetapi menghadapi berbagai tantangan akibat persaingan pasar, perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan globalisasi. Kondisi tersebut menuntut UMKM

untuk mampu menyesuaikan diri dengan dinamika industri dan kebijakan pemerintah agar tetap bertahan dan memiliki daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Data dikumpulkan melalui penelaahan jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan sumber akademik lainnya yang relevan dengan adaptasi UMKM, kebijakan industri, digitalisasi, dan globalisasi, khususnya dalam konteks UMKM di Purwokerto. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui pengkajian dan sintesis berbagai literatur untuk mengidentifikasi strategi adaptasi, hambatan, serta bentuk dukungan kebijakan bagi UMKM. Hasil kajian menunjukkan bahwa adaptasi UMKM dilakukan melalui pemanfaatan pemasaran digital, sistem pembayaran elektronik, media sosial, dan e-commerce, disertai inovasi produk dan kemasan serta penyesuaian strategi pemasaran. Dukungan pemerintah berupa pelatihan, pendampingan usaha, akses pembiayaan, dan penyederhanaan regulasi turut berperan dalam meningkatkan kapasitas usaha. Namun, keterbatasan literasi digital, akses teknologi, informasi pasar, dan sumber daya usaha masih menjadi kendala. Oleh karena itu, penguatan adaptasi UMKM memerlukan inovasi berkelanjutan, peningkatan kemampuan digital, serta dukungan kebijakan yang inklusif untuk menjaga ketahanan dan daya saing UMKM di tengah globalisasi.

Kata kunci: UMKM; adaptasi; kebijakan industri; digitalisasi; globalisasi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, perkembangan globalisasi dan perubahan lingkungan industri menghadirkan tantangan yang semakin kompleks bagi keberlangsungan usaha (Destin et al., n.d.). Persaingan pasar yang meningkat, perubahan pola konsumsi, kemajuan teknologi digital, serta tuntutan terhadap kualitas dan inovasi mendorong pelaku UMKM untuk menyesuaikan strategi bisnisnya secara berkelanjutan (Dwi Widiyanti, 2022). Kemampuan beradaptasi menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan memperkuat daya saing UMKM di tengah perubahan tersebut (Pramurindra et al., 2022). Selain itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan produk diperlukan agar UMKM mampu menghadapi persaingan pada era globalisasi dan industri 4.0 (Hariroh et al., 2026).

Perubahan lingkungan usaha tersebut juga memengaruhi perkembangan UMKM di Purwokerto. Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik (e-commerce), pembayaran digital, serta inovasi produk dan kemasan menjadi bagian dari upaya pelaku usaha dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Di sisi lain, pemerintah berperan dalam mendukung pengembangan UMKM melalui pelatihan, pendampingan, penyediaan akses pembiayaan, dan penguatan ekosistem digital. Meskipun demikian, proses adaptasi belum berjalan secara merata. Keterbatasan literasi digital, akses terhadap teknologi dan informasi pasar, kapasitas sumber daya, serta kesempatan

mengikuti pelatihan masih menjadi kendala bagi sebagian pelaku usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan UMKM dalam merespons perubahan industri dan kebijakan pemerintah dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan (Herwanda & Restu Ismoyo Aji, 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas adaptasi UMKM melalui digitalisasi, inovasi produk, strategi pemasaran, dan program pemberdayaan. Pemanfaatan media sosial dan e-commerce dapat memperluas jangkauan pemasaran, tetapi penerapannya belum selalu optimal karena keterbatasan kapasitas sumber daya manusia. Selain itu, program pelatihan dan pendampingan memiliki peran dalam mendukung pengembangan usaha, meskipun kebutuhan dan akses pelaku UMKM terhadap program tersebut berbeda-beda. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan pentingnya memahami adaptasi UMKM tidak hanya dari bentuk strategi yang diterapkan, tetapi juga dari hambatan yang dihadapi dan dukungan kebijakan yang tersedia (Pakpahan et al., 2025). Oleh karena itu, kajian mengenai adaptasi UMKM di Purwokerto dalam menghadapi kebijakan industri pada era globalisasi masih relevan untuk dikembangkan melalui penelaahan berbagai hasil penelitian dan sumber ilmiah yang berkaitan (Jati et al., 2026).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research) untuk mengkaji adaptasi UMKM di Purwokerto terhadap kebijakan industri dalam menghadapi dinamika globalisasi. Penelitian berfokus pada berbagai bentuk penyesuaian yang dilakukan UMKM, meliputi pemanfaatan teknologi digital, inovasi produk dan kemasan, perubahan strategi pemasaran, serta pemanfaatan dukungan pemerintah. Data penelitian diperoleh melalui penelaahan berbagai sumber tertulis, seperti artikel jurnal ilmiah, buku, dokumen kebijakan, laporan penelitian, dan referensi relevan lainnya yang berkaitan dengan perkembangan UMKM, kebijakan industri, digitalisasi, dan globalisasi. Sumber-sumber tersebut dipilih berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian, kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu bentuk adaptasi UMKM, hambatan dalam proses adaptasi, dan dukungan kebijakan pemerintah. Data dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif melalui tahapan identifikasi sumber, reduksi data, pengelompokan informasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan membandingkan serta menginterpretasikan temuan dari berbagai literatur untuk mengidentifikasi pola adaptasi UMKM dalam merespons perubahan lingkungan industri. Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai

strategi adaptasi UMKM di Purwokerto, kendala yang dihadapi, serta peran kebijakan pemerintah dalam mendukung keberlangsungan dan daya saing UMKM di era globalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Adaptasi UMKM di Purwokerto

Berdasarkan hasil kajian kepustakaan, adaptasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Purwokerto dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha dapat dipahami melalui penyesuaian strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, inovasi produk, serta penguatan kapasitas pengelolaan usaha. Perubahan lingkungan bisnis akibat globalisasi mendorong pelaku UMKM untuk menyesuaikan kegiatan usahanya dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen. Kemampuan beradaptasi menjadi penting agar UMKM dapat mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin terbuka.

Adaptasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan kesiapan sumber daya manusia dalam memahami perubahan dan menerapkannya dalam kegiatan usaha. Keterbatasan pengetahuan digital, akses informasi, modal, dan kemampuan manajerial dapat menghambat proses penyesuaian. Oleh karena itu, adaptasi UMKM perlu dipahami sebagai proses yang melibatkan pembelajaran, pengembangan kemampuan, serta penyesuaian strategi berdasarkan kebutuhan dan karakteristik usaha.

Dalam konteks UMKM di Purwokerto, dukungan pemerintah dan lingkungan usaha turut berperan dalam mendorong proses adaptasi. Pelatihan, pendampingan, akses pembiayaan, dan penguatan komunitas dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan dalam menghadapi perubahan. Namun, efektivitas dukungan tersebut bergantung pada kesesuaian program dengan kebutuhan pelaku UMKM serta kemampuan mereka dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan adaptasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan kebijakan, tetapi juga oleh keterlibatan aktif pelaku usaha dalam memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia (Pratama et al., 2024).

Adaptasi UMKM melalui Digitalisasi

Digitalisasi merupakan salah satu bentuk penyesuaian UMKM terhadap perkembangan lingkungan bisnis di era globalisasi. Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, layanan pesan antar, dan teknologi pembayaran digital dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pemasaran serta mempermudah kegiatan operasional. Teknologi digital juga memungkinkan

UMKM berinteraksi dengan konsumen secara lebih fleksibel tanpa sepenuhnya bergantung pada pemasaran konvensional.

Penggunaan teknologi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha. Meskipun demikian, digitalisasi tidak cukup dilakukan dengan sekadar menggunakan perangkat atau membuka akun pada platform digital. Pelaku usaha perlu memahami cara mengelola konten, menyampaikan informasi produk, merespons kebutuhan konsumen, serta menjaga keamanan transaksi dan informasi pelanggan.

Keterbatasan literasi digital menjadi salah satu hambatan dalam proses tersebut. Sebagian pelaku UMKM mungkin telah mengenal teknologi, tetapi belum mampu memanfaatkannya secara optimal untuk mendukung kegiatan usaha. Kondisi ini menunjukkan pentingnya peningkatan keterampilan digital yang disertai pendampingan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan usaha. Perlu adanya kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi transformasi digital. Pemikiran tersebut memperkuat pandangan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menggunakannya secara efektif.

Dengan demikian, digitalisasi perlu ditempatkan sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Pelaku UMKM perlu mengintegrasikan teknologi dengan pengelolaan produk, pelayanan konsumen, dan strategi pemasaran agar pemanfaatannya memberikan manfaat nyata bagi perkembangan usaha (Rahim et al., 2025).

Penggunaan Pembayaran Digital

Perkembangan teknologi keuangan turut mendorong perubahan sistem transaksi dalam kegiatan usaha. Pembayaran digital, seperti penggunaan kode QR dan dompet digital, memberikan alternatif transaksi yang lebih praktis bagi pelaku UMKM maupun konsumen. Penggunaan sistem tersebut dapat mempermudah proses pembayaran, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta mendukung pencatatan transaksi yang lebih teratur apabila terintegrasi dengan sistem pengelolaan keuangan.

Dari sudut pandang perilaku konsumen, pembayaran digital berkaitan dengan kebutuhan akan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Perubahan kebiasaan masyarakat dalam memanfaatkan layanan digital turut mendorong UMKM untuk menyesuaikan metode pembayaran dengan preferensi konsumen. Penyesuaian ini menjadi bagian dari upaya

meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mempertahankan hubungan dengan pelanggan.

Selain mempermudah transaksi, pembayaran digital dapat mendukung kegiatan pemasaran melalui program promosi yang disediakan oleh penyedia layanan. Peluang tersebut memungkinkan UMKM menjangkau konsumen melalui berbagai bentuk penawaran yang terintegrasi dengan sistem pembayaran. Meskipun demikian, penggunaan teknologi keuangan tetap membutuhkan pemahaman mengenai keamanan transaksi, perlindungan data, serta pencatatan keuangan.

Perkembangan penggunaan dompet digital dalam kaitannya dengan perubahan perilaku masyarakat terhadap layanan digital. Kajian tersebut relevan untuk memahami bahwa penerapan pembayaran digital tidak hanya merupakan perubahan teknis dalam proses transaksi, tetapi juga bagian dari penyesuaian usaha terhadap perkembangan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mempertimbangkan manfaat dan risiko teknologi pembayaran sebelum mengintegrasikannya ke dalam kegiatan usaha (Aulia, 2020).

Inovasi Produk sebagai Bentuk Adaptasi

Inovasi produk menjadi unsur penting dalam upaya UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan kualitas produk, variasi desain, pembaruan kemasan, serta penciptaan ciri khas yang membedakan produk dari pesaing. Upaya tersebut diperlukan karena persaingan usaha tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kualitas, keunikan, dan nilai yang dirasakan konsumen.

Dalam konteks UMKM di Purwokerto, pengembangan produk yang mengangkat identitas lokal dapat menjadi peluang untuk memperkuat daya tarik usaha. Unsur lokal dapat dipadukan dengan desain dan penyajian yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha mempertahankan karakteristik produk sekaligus menyesuaikannya dengan perkembangan selera konsumen.

Kemasan juga memiliki peran dalam mendukung inovasi produk. Kemasan yang informatif, menarik, praktis, dan sesuai dengan karakter produk dapat membantu membangun citra usaha serta meningkatkan daya tarik konsumen. Perhatian terhadap penggunaan bahan yang lebih ramah lingkungan juga dapat menjadi bagian dari strategi penyesuaian terhadap perkembangan preferensi pasar. Namun, penerapannya perlu mempertimbangkan biaya produksi, ketersediaan bahan, dan kemampuan usaha.

Hal ini menjadi salah satu rujukan dalam pembahasan inovasi produk dan penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen. Berdasarkan perspektif tersebut,

inovasi dapat dipahami sebagai upaya menghubungkan karakteristik produk dengan perubahan lingkungan pasar. Dengan demikian, pengembangan produk tidak harus selalu dilakukan melalui perubahan besar, tetapi dapat dimulai dari perbaikan kualitas, pengemasan, dan penguatan identitas produk secara konsisten (Fajriah, 2025).

Perubahan Strategi Pemasaran

Perkembangan teknologi dan globalisasi mendorong perubahan strategi pemasaran UMKM dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan saluran digital. Media sosial dan platform perdagangan elektronik memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi, serta membangun komunikasi dengan konsumen secara lebih luas. Perubahan tersebut membuat pemasaran tidak lagi terbatas pada kegiatan promosi, tetapi juga mencakup upaya membangun kepercayaan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan.

Pemasaran digital menuntut pelaku UMKM untuk memahami karakteristik konsumen dan memilih strategi komunikasi yang sesuai. Penyajian informasi produk, kualitas konten, konsistensi promosi, dan kecepatan merespons pertanyaan konsumen menjadi aspek yang dapat memengaruhi keberhasilan pemasaran. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu disertai perencanaan agar aktivitas promosi memiliki tujuan yang jelas dan sesuai dengan kemampuan usaha.

Selain memperluas jangkauan pemasaran, teknologi digital memungkinkan pelaku usaha mempelajari tanggapan konsumen terhadap produk dan promosi. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki strategi pemasaran. Namun, pemanfaatan informasi digital tetap membutuhkan kemampuan analisis agar keputusan usaha tidak hanya didasarkan pada popularitas konten, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan konsumen dan tujuan bisnis.

Perlu adanya penyesuaian strategi pemasaran dalam menghadapi perkembangan lingkungan digital. Kajian tersebut mendukung pandangan bahwa pemasaran digital bukan sekadar pemindahan media promosi dari saluran konvensional ke internet. Penyesuaian yang lebih mendasar terletak pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen, mengembangkan komunikasi yang relevan, dan membangun keunggulan produk. Dengan demikian, strategi pemasaran yang adaptif dapat membantu UMKM mempertahankan daya saing di tengah perubahan pasar (Tarisa Aulia Ananda et al., 2023).

Tantangan yang Dihadapi UMKM

Proses adaptasi UMKM terhadap globalisasi tidak terlepas dari berbagai hambatan yang berkaitan dengan kondisi internal usaha dan perubahan lingkungan eksternal. Keterbatasan modal, kemampuan sumber daya manusia, pengetahuan teknologi, serta akses terhadap informasi pasar dapat memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan kegiatan bisnis. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa setiap UMKM memiliki kebutuhan pengembangan yang berbeda sesuai dengan skala, bidang usaha, dan kapasitas pengelolaannya.

Keterbatasan literasi digital menjadi tantangan ketika pelaku usaha dituntut untuk memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Penggunaan platform digital memerlukan keterampilan dalam membuat konten, mengelola komunikasi dengan konsumen, memahami sistem transaksi, serta menjaga keamanan informasi. Tanpa kemampuan tersebut, teknologi yang tersedia belum tentu dapat dimanfaatkan secara optimal.

Tantangan lainnya adalah meningkatnya persaingan akibat terbukanya akses pasar melalui internet. UMKM tidak hanya bersaing dengan usaha di lingkungan sekitar, tetapi juga dengan pelaku usaha dari wilayah lain yang menawarkan produk serupa. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk memperhatikan kualitas produk, pelayanan, harga, dan identitas merek. Usaha yang tidak melakukan penyesuaian berpotensi mengalami kesulitan dalam mempertahankan konsumen.

Anisa, Puspita, dan Dewi (n.d.) menjadi salah satu rujukan dalam pembahasan mengenai perkembangan perdagangan elektronik dan tantangan persaingan bagi UMKM. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital dapat membuka peluang sekaligus meningkatkan tekanan kompetitif. Oleh karena itu, kemampuan adaptasi perlu dikembangkan secara menyeluruh melalui peningkatan keterampilan, inovasi produk, dan perbaikan pengelolaan usaha. Pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan setiap UMKM diperlukan agar proses adaptasi dapat berlangsung secara realistis dan berkelanjutan (Dewi et al., 2025).

Dukungan Kebijakan terhadap Adaptasi UMKM

Dukungan pemerintah memiliki peran penting dalam membantu UMKM menghadapi perubahan lingkungan usaha. Dukungan tersebut dapat diwujudkan melalui penyediaan akses pembiayaan, pelatihan, pendampingan, pengembangan infrastruktur digital, perluasan akses pasar, serta penyederhanaan prosedur administrasi. Berbagai bentuk dukungan ini diperlukan karena keterbatasan sumber daya sering kali membuat pelaku UMKM kesulitan melakukan penyesuaian secara mandiri.

Akses pembiayaan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM. Ketersediaan modal dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kemasan, mengembangkan pemasaran, dan mengadopsi teknologi. Program pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan layanan Permodalan Nasional Madani (PNM) dapat menjadi alternatif untuk mendukung kebutuhan tersebut. Namun, akses pembiayaan perlu disertai pemahaman mengenai persyaratan, pengelolaan dana, dan kemampuan memenuhi kewajiban pembayaran agar manfaatnya dapat dirasakan secara optimal.

Selain pembiayaan, pelatihan dan pendampingan dibutuhkan untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM. Materi pelatihan dapat mencakup pemasaran digital, pengelolaan keuangan, inovasi produk, branding, dan pemanfaatan teknologi. Program seperti Wirausaha Pemula dan Rumah Kreatif BUMN dapat dipahami sebagai bagian dari upaya pengembangan kapasitas usaha. Agar lebih efektif, pelatihan perlu disesuaikan dengan kebutuhan peserta dan dilengkapi pendampingan dalam penerapan materi pada kegiatan usaha.

Penyederhanaan regulasi juga berperan dalam menciptakan lingkungan usaha yang mendukung perkembangan UMKM. Prosedur perizinan yang mudah dipahami dapat membantu pelaku usaha mengakses layanan formal dan menjalankan kegiatan bisnis dengan lebih terarah. Meskipun demikian, penyediaan regulasi yang mendukung perlu diimbangi dengan penyebaran informasi yang jelas agar pelaku UMKM memahami prosedur dan kewajiban yang berlaku.

Kebijakan pemberdayaan UMKM perlu dilaksanakan secara terpadu karena kebutuhan pelaku usaha tidak dapat dipenuhi melalui satu bentuk dukungan saja. Pembiayaan tanpa pendampingan pengelolaan keuangan berpotensi kurang efektif, sedangkan pelatihan tanpa akses terhadap teknologi dan pasar dapat membatasi penerapan keterampilan yang diperoleh. Kebijakan yang menghubungkan pembiayaan, pelatihan, pendampingan, dan akses pasar berpotensi memperkuat kemampuan UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha (Kebijakan et al., 2025).

Model Adaptasi UMKM di Era Globalisasi

Berdasarkan sintesis literatur, adaptasi UMKM di era globalisasi dapat dipahami sebagai proses yang melibatkan kesiapan menghadapi perubahan, pembelajaran, pemanfaatan teknologi, inovasi produk, penyesuaian pemasaran, serta dukungan lingkungan usaha. Berbagai aspek tersebut saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam upaya mempertahankan keberlangsungan usaha. Kemampuan adaptasi terbentuk ketika pelaku UMKM mampu mengenali

perubahan, mengevaluasi kondisi usaha, dan menentukan langkah yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Tahap awal adaptasi berkaitan dengan kesadaran pelaku usaha terhadap perubahan lingkungan bisnis. Kesadaran tersebut mendorong pelaku UMKM untuk mempelajari perkembangan teknologi, memahami kebutuhan konsumen, dan mengenali perubahan persaingan. Setelah itu, proses adaptasi dilanjutkan melalui peningkatan keterampilan dan penerapan pengetahuan dalam kegiatan usaha, baik melalui penggunaan teknologi digital, pengembangan produk, maupun perbaikan strategi pemasaran.

Pemanfaatan teknologi menjadi salah satu sarana untuk mendukung proses adaptasi tersebut. Namun, penerapan teknologi perlu disertai kesiapan sumber daya manusia dan kemampuan pengelolaan usaha. Teknologi yang tidak diikuti pemahaman yang memadai berisiko tidak memberikan manfaat secara optimal. Oleh sebab itu, pembelajaran berkelanjutan menjadi bagian penting dalam membangun kemampuan UMKM untuk menghadapi perubahan.

Inovasi produk dan pemasaran kemudian menjadi bentuk nyata dari kemampuan adaptasi. Pelaku UMKM dapat menyesuaikan karakteristik produk, memperbaiki kemasan, mengembangkan identitas merek, serta memilih saluran pemasaran sesuai dengan karakteristik konsumen. Fleksibilitas dalam mengambil keputusan memungkinkan pelaku usaha melakukan evaluasi dan perubahan strategi ketika pendekatan yang digunakan belum memberikan hasil sesuai harapan.

Selain kemampuan internal, adaptasi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kelembagaan. Komunitas UMKM dapat menjadi ruang berbagi pengalaman, pengetahuan, dan informasi mengenai peluang pasar. Sementara itu, dukungan pemerintah melalui pembiayaan, pelatihan, pendampingan, dan penyederhanaan regulasi dapat membantu mengatasi keterbatasan sumber daya yang dihadapi pelaku usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, model adaptasi UMKM di era globalisasi dapat dijelaskan melalui keterkaitan antara kesiapan menghadapi perubahan, pembelajaran, pemanfaatan teknologi, inovasi produk, penyesuaian pemasaran, dan dukungan eksternal. Proses ini bersifat berkelanjutan karena perubahan lingkungan bisnis menuntut pelaku usaha untuk terus mengevaluasi dan memperbaiki strategi yang digunakan.

Dalam konteks UMKM di Purwokerto, model tersebut menegaskan bahwa keberhasilan adaptasi tidak cukup dilihat dari penggunaan teknologi digital semata. Kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi dengan kebutuhan konsumen, pengembangan produk, dan pengelolaan usaha menjadi

aspek yang tidak kalah penting. Selain itu, dukungan kebijakan dan komunitas diperlukan agar pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk mengembangkan kapasitasnya. Dengan demikian, adaptasi UMKM merupakan proses penyesuaian yang menggabungkan kemampuan internal usaha dengan dukungan lingkungan untuk menghadapi dinamika globalisasi secara berkelanjutan (Respatiningsih et al., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan studi kepustakaan (library research), UMKM di Purwokerto beradaptasi terhadap globalisasi melalui digitalisasi pemasaran, pembayaran digital, inovasi produk dan kemasan, serta penyesuaian strategi pemasaran. Namun, keterbatasan literasi digital, modal, dan akses pasar masih menjadi kendala. Oleh karena itu, Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Banyumas direkomendasikan menyelenggarakan pendampingan digitalisasi bertingkat, mulai dari pemasaran melalui media sosial hingga perluasan pasar nasional dan ekspor. Program perlu dilengkapi fasilitasi pembiayaan, legalitas, dan sertifikasi produk serta dievaluasi secara berkala berdasarkan peningkatan penggunaan teknologi digital dan jangkauan pasar UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Destin, P., Maharani, A., & Hasibuan, R. R. (n.d.). *PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DI DESA SUMBANG PURWOKERTO UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING*. 3(2).
- Dewi et al. (2025). Anisa+Puspita+Dewi+6805. *Transformasi Digital UMKM Kuliner Food Fest Purwokerto Di Tengah Peluang Dan Tantangan DisrupsiE-Commerce*, 3(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v3i6.6805>
- Dwi Widiyanti, F. (2022). DAMPAK GLOBALISASI DI NEGARA INDONESIA. *Jurnal Inovasi Sektor Publik*, 2(1), 2022.
- Fajriah. (2025). *JURNAL ECONOMINA Strategi Adaptasi UMKM Terhadap Perubahan Tren Konsumen Di Era Digital*. 4(1). <https://doi.org/10.55681/economina.v473.1522>
- Hariroh et al. (2026). *AKSIKITA_++Penguatan+Kapasitas+SDM+melalui+Branding+dan+Diversifikasi+Produk+sebagai+Strategi+Peningkatan+Daya+Saing+UMKM+di+Era+Globalisasi*. 2(2). <https://doi.org/org/10.63822/m5pqr54>

- Herwanda, B. A., & Restu Ismoyo Aji. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 331–344. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Jati, D., Pembangunan, E., dan Bisnis, E., Wijayakusuma Purwokerto Jl Raya Beji Karangsalam No, U., Iii, D., Kidul, K., Kedungbanteng, K., Banyumas, K., & Tengah, J. (2026). *PASAR DI ERA EKONOMI DIGITAL*. 05(03). <https://doi.org/10.63859/wikuacity.v5i3.589>
- Kebijakan, P., Terhadap, P., Harahap, L. M., Lasma, N., Sidebang, U., Sitompul, R., Dearan, R., Lingga, S., Pakpahan, T. G., & Ekonomi, F. (2025). *PESTEL : Management and Marketing Journal* (Vol. 1, Number 1). <https://ejournal.cendekiainsight.com/index.php/PESTEL>
- Pakpahan et al. (2025). 10-16. *Inovasi Dan Adaptasi UMKM: Menghadapi Tantangan Persaingan Di Pasar Porsea*, 3(1). <https://doi.org/https://merwinspy.org/journal/index.php/jupemi>
- Pramurindra, R., Afifah Primala, D., & Putri, P. K. (2022). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL SEBAGAI PREDICTED TEORY PADA PEMANFAATAN TEKNOLOGI UMKM DI ERA NEW NORMAL. In *Bisnis dan Akuntansi (JEBA)* (Vol. 24). www.kominfo.go.id
- Pratama, B. H. S., Maghfiroh, S., Sifa, A., Rohmah, K. N., Ridwan, M., & Sofiah, U. (2024). Peran Pemerintah dan Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan dalam Pemberdayaan UMKM Go Digital di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 382–401. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4.2821>
- Rahim, A., Jam'an, A., & Muchran, M. (2025). Adaptasi Sumber Daya Manusia Melalui Transformasi Digitalisasi Berbasis Artificial Intelligence (AI) Pelaku UMKM Kabupaten Gowa. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 9(2), 1378. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i2.2335>
- Respatiningsih et al. (2020). 6365-19938-1-PB. *Kemampuan Adaptasi UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0*, 16(2).
- Tarisa Aulia Ananda, Nabilla Kusuma Dewi, & Mohamad Zein Saleh. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2738>