



Adaptation Strategies of Culinary MSMEs in Facing Rising Production Costs in Jambi City

**Rizka Wahyuni¹, Yuliana Saputri², Dhefarell Jalingga³, Ilham Muhammad Fitrah⁴,
Monic Falencia⁵, Julaikha Rosiana Dewi⁶, Ahmad Rifki⁷**

dhefarellj@gmail.com

¹ Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

ABSTRACT

Rising production costs have become a serious challenge for culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jambi City, particularly due to limited capital and competitive pressures that prevent business operators from raising selling prices directly. This study aims to analyze the impact of rising production costs on business operations and profitability, as well as to identify the adaptation strategies employed by culinary MSME operators in response to these conditions. The study employed a descriptive qualitative approach, collecting data through semi-structured interviews with six culinary MSME operators in Jambi City, including sellers of Sate Padang, Gado-gado, Siomay, Batagor, Es Tebu, Es Pisang Ijo, and Es Doger. Informants were selected using purposive sampling, and data validity was verified through triangulation. The findings reveal that all business operators experienced a direct impact from rising production costs, particularly in plastic packaging, primary raw materials, and supporting materials, which ultimately led to a decline in daily net income. The adaptation strategies implemented include reducing product portions without raising prices, switching to more economical packaging, sourcing alternative suppliers, and utilizing social media as a promotional tool.

Keywords: business adaptation; culinary; MSMEs; production costs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi di berbagai daerah. Selain itu, UMKM juga dikenal memiliki daya tahan yang cukup baik dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi, sehingga menjadi salah satu penopang perekonomian nasional maupun daerah. Peran strategis tersebut menjadikan UMKM sebagai sektor yang perlu terus dikembangkan dan diperkuat (Dwifanty et al., 2025)

Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang adalah bidang kuliner. Usaha kuliner memiliki peluang pasar yang luas karena berkaitan langsung dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sehari-hari. Tingginya permintaan masyarakat terhadap makanan dan minuman menjadikan sektor ini banyak diminati oleh pelaku usaha skala mikro dan kecil. Di Kota Jambi, berbagai usaha kuliner seperti Sate Padang, Gado-gado, Siomay, Batagor, es tebu, Es Pisang Ijo, dan Es Doger banyak dijumpai dan menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Namun demikian, usaha kuliner sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku, bahan pendukung, serta biaya operasional harian (Girsang, 2020)

Dalam beberapa waktu terakhir, pelaku UMKM kuliner menghadapi tantangan berupa kenaikan biaya produksi. Kenaikan tersebut terjadi pada berbagai kebutuhan usaha seperti tepung, kacang tanah, susu, gula, sirup, minyak goreng, plastik, cup, dan bahan kemasan lainnya. Kondisi ini menyebabkan meningkatnya pengeluaran usaha setiap hari. Secara ekonomi, kenaikan biaya produksi dapat menekan margin keuntungan usaha, terutama bagi pelaku UMKM yang memiliki modal terbatas dan skala usaha kecil. Di sisi lain, pelaku usaha tidak selalu dapat menaikkan harga jual secara langsung karena harus mempertimbangkan daya beli konsumen dan persaingan dengan usaha sejenis. Jika harga jual dinaikkan terlalu tinggi, konsumen berpotensi beralih kepada penjual lain yang menawarkan harga lebih terjangkau (Hapsari et al., 2024).

Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM kuliner untuk melakukan strategi adaptasi agar usaha tetap berjalan. Strategi adaptasi merupakan upaya penyesuaian yang dilakukan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha. Bentuk strategi adaptasi yang dapat dilakukan antara lain menaikkan harga secara bertahap, mengurangi porsi produk, mengganti jenis kemasan dengan biaya lebih rendah, mencari bahan baku alternatif, serta meningkatkan promosi untuk mempertahankan pelanggan. Kemampuan beradaptasi menjadi faktor penting yang memengaruhi keberlangsungan usaha di tengah tekanan biaya produksi.

Fenomena tersebut juga terjadi pada pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi. Berdasarkan Observasi awal terhadap enam pelaku UMKM kuliner, diketahui bahwa seluruh responden mengalami kenaikan biaya produksi, terutama pada bahan pendukung seperti plastik, cup, dan kemasan, serta beberapa bahan baku utama lainnya. Kondisi tersebut menyebabkan meningkatnya modal usaha dan menurunnya keuntungan harian. Dalam menghadapi situasi tersebut, pelaku usaha melakukan berbagai strategi adaptasi seperti mempertahankan harga jual, mengurangi porsi, mengganti kemasan, maupun menaikkan harga secara bertahap. Temuan awal ini menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha memiliki cara yang berbeda dalam merespons tekanan biaya produksi sesuai kondisi usahanya masing-masing (Novitasari, 2022).

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi terhadap pendapatan serta keberlangsungan UMKM. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Jufri & Kamil, 2022) dijelaskan bahwa kenaikan harga bahan baku, khususnya minyak goreng, memberikan dampak langsung terhadap aktivitas produksi UMKM. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami peningkatan biaya operasional sehingga mereka harus melakukan berbagai penyesuaian, seperti mengurangi jumlah produksi, menaikkan harga jual produk, hingga mengubah strategi pemasaran agar usaha tetap dapat bertahan di tengah ketidakstabilan harga bahan baku. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi ekonomi menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani & Harahap, 2023) menjelaskan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pendapatan UMKM sektor kuliner. Semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan, maka semakin besar pula tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam mempertahankan keuntungan. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha dituntut untuk mampu menentukan strategi yang tepat, baik melalui penyesuaian harga jual, efisiensi penggunaan bahan baku, maupun inovasi produk agar konsumen tetap tertarik membeli produk yang ditawarkan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Halizah et al., 2023) pada UMKM di Kota Jambi juga menunjukkan bahwa peningkatan biaya produksi memengaruhi penetapan harga jual produk. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pelaku UMKM perlu memiliki strategi adaptasi yang baik agar mampu mempertahankan daya saing usaha di tengah meningkatnya biaya produksi. Strategi adaptasi tersebut dapat berupa pengelolaan biaya produksi yang lebih efisien,

penyesuaian ukuran produk, maupun peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen agar usaha tetap berjalan dan pendapatan tidak mengalami penurunan secara signifikan.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah membahas dampak kenaikan biaya produksi terhadap UMKM, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi adaptasi UMKM kuliner dalam menghadapi kenaikan biaya produksi, terutama pada tingkat lokal di Kota Jambi, masih tergolong terbatas. Padahal, setiap daerah memiliki karakteristik konsumen, tingkat persaingan, serta kondisi ekonomi yang berbeda sehingga strategi adaptasi yang diterapkan oleh pelaku usaha juga dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi adaptasi yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi dalam menghadapi kenaikan biaya produksi agar usaha tetap mampu bertahan dan berkembang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis dampak kenaikan biaya produksi terhadap kegiatan operasional dan keuntungan usaha, serta mengidentifikasi strategi adaptasi yang dilakukan pelaku UMKM kuliner dalam menghadapi kenaikan biaya produksi di Kota Jambi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam menentukan langkah penyesuaian usaha, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait dalam mendukung pengembangan UMKM kuliner di daerah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam kondisi yang dialami pelaku usaha serta strategi adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi kenaikan biaya produksi. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan fakta di lapangan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Jambi pada lokasi usaha masing-masing responden.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini berjumlah enam pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi yang bergerak di bidang makanan dan minuman, yaitu penjual Sate Padang, Gado-gado, Siomay, Batagor, es tebu, Es Pisang Ijo, dan Es Doger. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih pelaku usaha yang relevan dengan tujuan penelitian dan mengalami langsung kondisi kenaikan biaya produksi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan pedoman wawancara semi terstruktur. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai dampak kenaikan biaya produksi terhadap kegiatan operasional dan keuntungan usaha, serta strategi yang diterapkan pelaku UMKM dalam menyesuaikan kondisi usahanya.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Reduksi data, yaitu memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Penyajian data, yaitu menyusun data dalam bentuk narasi agar mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan hasil penelitian mengenai dampak kenaikan biaya produksi serta strategi adaptasi UMKM kuliner di Kota Jambi.

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan penelitian, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi lapangan. Penggunaan triangulasi bertujuan agar data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Penelitian Strategi Adaptasi UMKM Kuliner di Kota Jambi

N o	Indikator	Persentase (%)	Kategori
1	Dampak kenaikan biaya produksi terhadap operasional usaha	100%	Sangat Tinggi
2	Penerapan strategi pengurangan porsi produk	83%	Sangat Baik
3	Penggantian kemasan atau bahan alternatif	67%	Baik
4	Keterlibatan anggota keluarga dalam pengambilan keputusan	83%	Sangat Baik
5	Upaya pencarian pemasok alternatif	67%	Baik
6	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi	33%	Cukup
7	Kesiapan rencana adaptasi jangka panjang	50%	Cukup

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh pelaku UMKM kuliner yang menjadi narasumber dalam penelitian ini merasakan dampak langsung dari kenaikan biaya produksi, dengan persentase 100% pada indikator dampak terhadap operasional usaha. Nilai tertinggi ini menunjukkan bahwa permasalahan kenaikan biaya produksi dialami secara merata oleh seluruh narasumber tanpa terkecuali. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada aspek pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sebesar 33%, yang mengindikasikan bahwa strategi komunikasi pemasaran berbasis digital belum menjadi pilihan utama sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi.

Dampak Kenaikan Biaya Produksi terhadap Operasional UMKM Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan biaya produksi berdampak langsung pada seluruh aspek operasional usaha kuliner di Kota Jambi. Kenaikan harga tidak hanya terjadi pada satu jenis bahan, melainkan secara bersamaan pada beberapa komponen penting seperti kemasan plastik, bahan baku utama, dan bahan pendukung lainnya. Kondisi ini secara signifikan meningkatkan beban biaya operasional harian yang harus ditanggung oleh para pelaku usaha. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian (Titania & Ningrum, 2022) yang menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan baku pada usaha kecil makanan berdampak langsung terhadap peningkatan biaya produksi dan penurunan margin keuntungan, bahkan ketika volume penjualan tidak mengalami perubahan yang signifikan.

Kemasan plastik menjadi komponen yang paling banyak disebut sebagai penyebab utama tekanan biaya, dengan kenaikan dari kisaran Rp8.000–Rp9.000 menjadi Rp15.000 per pack atau per rol. Bagi usaha es tebu, es doger, dan gado-gado, plastik merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari karena digunakan pada setiap transaksi penjualan. Hal ini sebagaimana disampaikan langsung oleh pelaku usaha Es Tebu saat wawancara: "*Plastik sama kresek yang paling kerasa, dari 9 ribu jadi 15 ribu. Es tebu kan pasti pakai plastik tiap*

transaksi. Tebu sendiri harganya lumayan stabil, jadi tekanan utama memang dari sisi kemasannya." (Informan 1).

Sementara itu, bagi pelaku usaha siomay batagor, tekanan terbesar justru berasal dari kenaikan harga kacang tanah sebagai bahan utama saus, yang melonjak dari Rp24.000 menjadi Rp36.000 per kilogram "Kacang tanah, Kak. Dari 24 ribu naik jadi 36 ribu sekilo hampir setengahnya lebih mahal. Batagor saya terkenal karena saus kacangnya, itu daya tarik utama. Kalau saya kurangin terlalu banyak, pembeli langsung kerasa beda rasanya." (Informan 2). Pelaku usaha es pisang hijau pun menghadapi kenaikan ganda, di mana harga cup mangkok meningkat dari Rp26.000 menjadi Rp35.000 per pack, sekaligus harga sirup yang turut naik. "Cup mangkok es saya, dari 26 ribu naik jadi 35 ribu per pack. Sirup juga naik jadi 26 ribu. Dua-duanya naik bareng, jadi modalnya nambah banyak banget tapi harga jual nggak bisa langsung ikut naik karena takut pelanggan kabur." (Informan 3).

Dampak kenaikan biaya produksi juga tercermin secara langsung pada penurunan penghasilan bersih harian para pelaku usaha. Pelaku usaha Sate Padang Mak Wo melaporkan penurunan penghasilan bersih dari Rp100.000 menjadi sekitar Rp90.000 per hari. Selisih Rp10.000 per hari apabila diakumulasikan selama satu bulan mencapai sekitar Rp300.000 angka yang cukup berarti bagi usaha berskala mikro. Beliau mengungkapkan tekanan tersebut dengan gamblang: "Dulu bersih bisa 100 ribu sehari, sekarang paling 90 ribu. Yang berat bukan angkanya, tapi rasanya dulu masih bisa nyisihin sedikit buat tabungan, sekarang sudah pas-pasan buat kebutuhan harian saja." (Informan 4).

Hal serupa dialami oleh pelaku usaha siomay batagor yang memperkirakan penghasilan bersihnya turun dari kisaran Rp80.000–Rp90.000 menjadi Rp65.000–Rp70.000 per hari. Pelaku usaha es doger yang memiliki dua cabang merasakan dampak yang lebih besar, di mana total penghasilan dari kedua cabang turun dari kisaran Rp150.000–Rp160.000 menjadi sekitar Rp130.000–Rp140.000 per hari. Kondisi ini dipertegas oleh pernyataan pelaku usaha tersebut. "Keuntungan berkurang karena modal nambah dari naiknya plastik dan creamer. Dengan dua cabang, total pengeluaran tambahan itu lumayan besar. Yang dulu bisa ambil buat keluarga sekitar 150–160 ribu per hari dari dua cabang, sekarang paling 130–140 ribu." (Informan 5).

Penurunan penghasilan bersih yang dialami para narasumber tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan teoritis mengenai hubungan antara biaya produksi dan pendapatan usaha. (Gonibala.vecky, 2019) dalam penelitiannya terhadap UMKM di Kota Kotamobagu menegaskan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM ketika biaya produksi meningkat tanpa diikuti peningkatan harga jual atau volume penjualan, maka pendapatan bersih pelaku usaha akan mengalami penurunan secara proporsional. Lebih lanjut, (Syuhada, 2022) dalam kajian mereka terhadap UMKM keripik singkong juga menemukan bahwa komponen biaya produksi terutama bahan baku dan kemasan memiliki pengaruh langsung yang nyata terhadap tingkat pendapatan bersih usaha mikro. Temuan-temuan ini memperkuat hasil penelitian lapangan yang menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan baku dan kemasan yang tidak diimbangi penyesuaian harga jual akan menggerus margin keuntungan secara bertahap dan mengancam stabilitas finansial pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi.

Lebih lanjut, (Elita et al., 2023) dalam penelitiannya terhadap produsen tempe di Kecamatan Kepahiang juga menemukan bahwa kenaikan harga bahan baku berpengaruh langsung terhadap penurunan pendapatan pelaku usaha kecil makanan. Meski produk yang diteliti berbeda, pola dampaknya sangat serupa kenaikan biaya bahan baku yang tidak diikuti penyesuaian harga jual akan menggerus margin keuntungan secara bertahap dan berisiko mengancam keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Strategi Adaptasi dan Pertimbangan Pengambilan Keputusan UMKM

Dalam menghadapi tekanan kenaikan biaya produksi, para pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi menerapkan beragam strategi adaptasi. Secara umum, strategi yang digunakan dapat dikelompokkan menjadi empat pendekatan utama, yaitu: (1) mempertahankan harga jual dengan mengurangi porsi produk, (2) mengganti jenis kemasan menjadi lebih ekonomis, (3) mencari pemasok bahan baku alternatif, dan (4) memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjaga volume penjualan. Keempat strategi ini pada dasarnya merupakan bentuk adaptasi kontekstual yang disesuaikan dengan kapasitas dan karakteristik masing-masing usaha, sebagaimana yang juga ditemukan oleh (Hardilawati et al., 2020) bahwa UMKM yang berhasil bertahan umumnya menerapkan strategi yang bersifat fleksibel dan responsif terhadap perubahan kondisi eksternal.

Strategi yang paling banyak diterapkan adalah pengurangan porsi produk tanpa menaikkan harga jual. Strategi ini dipilih karena dianggap lebih aman dibandingkan langsung menaikkan harga, mengingat sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga yang cenderung lebih tinggi dibandingkan perubahan porsi yang bersifat gradual. Pelaku usaha gado-gado dan siomay batagor menyatakan memilih strategi ini setelah mengamati perilaku pedagang di sekitar lokasi usaha dan mempertimbangkan respons pasar. Hal ini disampaikan langsung oleh pelaku usaha Gado-Gado Yuk Isa: *"Saya lihat-lihat pedagang sekitar sini dulu ngapain. Banyak yang kurangi porsi daripada naik harga. Saya ikuti strategi itu karena lebih aman pembeli nggak langsung sadar kalau porsinya berkurang sedikit, tapi kalau harga naik itu langsung ketahuan dan bisa bikin mereka cari tempat lain."* (Informan 6). Pandangan serupa disampaikan oleh pelaku usaha Siomay Batagor yang juga menempuh langkah yang sama setelah melakukan perhitungan bersama anggota keluarga: *"Kami hitung bareng berapa modal naik, terus mikir kalau kurangi porsi apakah rasa masih bisa dijaga. Akhirnya kami putuskan kurangi porsi dulu daripada naik harga, karena harga kompetitor di sekitar sini belum banyak yang naik."* (Informan 2).

Hal ini mencerminkan adanya proses rasionalisasi keputusan yang didasarkan pada pengamatan empiris terhadap perilaku konsumen. Temuan ini sejalan dengan (Hardilawati et al., 2020) yang menegaskan bahwa salah satu strategi bertahan UMKM yang paling umum diterapkan adalah efisiensi biaya produksi dengan tetap menjaga loyalitas konsumen, termasuk melalui penyesuaian porsi atau komposisi produk tanpa mengubah harga secara drastis. Penggantian kemasan diterapkan secara inovatif oleh pelaku usaha es pisang hijau. Alih-alih mempertahankan kemasan lama dengan harga lebih tinggi, pelaku usaha memilih beralih ke plastik biasa sekaligus menurunkan harga jual dari Rp10.000 menjadi Rp6.000. Strategi ini memosisikan produk pada segmen harga yang lebih terjangkau guna memperluas jangkauan konsumen. Pelaku usaha tersebut menjelaskan pertimbangannya: *"Kami putuskan ganti ke plastik biasa dan turunkan harga dari 10 ribu ke 6 ribu. Strateginya justru turunkan harga supaya lebih banyak pembeli, tapi biaya kemasan juga lebih hemat. Ternyata malah ada pelanggan baru yang mau coba karena harganya lebih murah."* (Informan 3).

Promosi aktif melalui WhatsApp dan Facebook turut dilakukan untuk menginformasikan perubahan tersebut kepada pelanggan dan menarik pembeli baru. Pelaku usaha menyatakan: *"Saya jelaskan lewat status WhatsApp dan Facebook, bilang sekarang lebih terjangkau. Yang pasti saya akan tetap aktif promosi di medsos supaya penjualan nggak turun terlalu jauh meski ada perubahan."* (Informan 3). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran ini sejalan dengan temuan (Melania & Handayani, 2023) dalam penelitiannya terhadap UMKM kuliner yang menunjukkan bahwa penggunaan platform digital marketing termasuk media sosial terbukti efektif dalam mempertahankan eksistensi usaha kuliner di tengah tekanan kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Upaya pencarian pemasok alternatif juga dilakukan oleh sebagian narasumber,

meskipun tidak selalu berhasil. Pelaku usaha gado-gado mencoba membeli plastik dari toko yang lebih murah, namun kualitasnya dinilai lebih rendah dan berisiko merusak reputasi usaha. Pengalaman ini diungkapkan sebagai berikut: *"Pernah coba plastik lontong di toko lain yang lebih murah. Ketemu yang lebih murah, tapi tipis dan gampang bocor. Kalau bocor di tangan pembeli, nama warung saya yang kena. Jadi nggak semua bisa dihemat dari sisi pemasok."* (Informan 6). Pelaku usaha siomay batagor mencoba membeli kacang tanah di pasar induk dengan harga lebih terjangkau, tetapi terkendala keharusan membeli dalam jumlah besar yang tidak sesuai dengan kapasitas modal. Pengalaman serupa dialami oleh pelaku usaha es pisang hijau yang mencoba mengganti merek sirup, namun mendapat respons negatif dari pelanggan akibat perubahan rasa yang langsung dirasakan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak semua komponen produksi dapat disubstitusi secara bebas, terutama bahan yang berdampak langsung pada cita rasa dan kualitas produk. (Hardilawati et al., 2020) mengingatkan bahwa dalam strategi bertahan UMKM, menjaga kualitas produk tetap menjadi prioritas utama karena reputasi merupakan aset usaha kecil yang sulit dibangun kembali apabila sudah rusak.

Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku UMKM kuliner dalam menghadapi kenaikan biaya produksi bervariasi antara satu narasumber dengan narasumber lainnya. Sebagian besar pelaku usaha yang telah berjalan lebih dari tiga tahun seperti sate padang (20 tahun) dan siomay batagor (sejak 2018) cenderung melibatkan pasangan atau anggota keluarga dalam menghitung selisih modal dan mengevaluasi opsi strategi yang tersedia. Pelaku usaha Es Doger, misalnya, menyatakan bahwa keputusan terkait harga dan kemasan selalu didiskusikan terlebih dahulu bersama istri yang bertugas mencatat pengeluaran harian: *"Saya diskusi dulu sama istri, karena dia yang pegang catatan pengeluaran. Kami lihat berapa selisih modal, terus kalkulasi apakah perlu langsung naik harga atau masih bisa ditahan."* (Informan 5).

Sebaliknya, pelaku usaha es tebu yang berskala lebih kecil cenderung mengambil keputusan secara mandiri berdasarkan pengamatan terhadap respons pembeli di lapangan. Pola pengambilan keputusan yang melibatkan anggota keluarga ini menunjukkan bahwa pada level usaha mikro, unit keluarga berfungsi sebagai sistem manajemen informal yang turut menentukan arah strategi usaha. (Hardilawati et al., 2020) mencatat bahwa UMKM yang memiliki keterlibatan keluarga dalam pengelolaan usaha cenderung lebih mampu bertahan dalam kondisi tekanan ekonomi karena keputusan yang diambil lebih mempertimbangkan keseimbangan antara keberlangsungan usaha dan kebutuhan rumah tangga secara bersamaan.

Secara keseluruhan, keempat strategi adaptasi yang diterapkan oleh para pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi mencerminkan kemampuan bertahan yang bersifat kontekstual dan pragmatis. Setiap pelaku usaha memilih strategi yang paling sesuai dengan kondisi spesifik usahanya baik dari sisi jenis produk, segmen pembeli, kapasitas modal, maupun skala operasional. Hal ini memperkuat pandangan (Hardilawati et al., 2020) bahwa tidak ada satu strategi yang berlaku universal bagi seluruh UMKM; keberhasilan adaptasi sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam membaca situasi pasar dan mengambil keputusan yang tepat secara cepat dan fleksibel. Sementara itu, temuan mengenai keterbatasan substitusi bahan baku dan keberhasilan promosi digital memperlengkap gambaran bahwa strategi adaptasi UMKM kuliner bersifat multi-dimensi dan tidak dapat direduksi pada satu pendekatan tunggal (Melania & Handayani, 2023).

Kendala Penerapan Strategi Adaptasi

Meskipun para pelaku UMKM telah berupaya menerapkan berbagai strategi adaptasi, proses tersebut tidak berjalan tanpa hambatan. Terdapat beberapa kendala utama yang ditemukan dalam penelitian ini, yaitu keterbatasan modal, tekanan persaingan, pengaruh cuaca, serta kompleksitas pengelolaan usaha dengan lebih dari satu cabang. Secara umum, kendala-kendala ini mencerminkan kerentanan struktural yang lazim ditemukan pada usaha

berskala mikro di Indonesia (Hardilawati et al., 2020).

Keterbatasan modal menjadi kendala struktural yang paling mendasar. Pelaku usaha siomay batagor tidak dapat memanfaatkan harga yang lebih murah di pasar induk karena tidak memiliki modal yang cukup untuk membeli dalam jumlah besar sekaligus. Kondisi ini memaksa pelaku usaha untuk tetap bergantung pada pemasok terdekat meskipun harganya lebih tinggi, karena sistem pembelian yang lebih fleksibel dan sesuai kebutuhan harian. Temuan ini selaras dengan karakteristik umum UMKM yang kerap terkendala oleh keterbatasan akses modal dan kesulitan manajemen arus kas, sebagaimana ditunjukkan oleh (Titania & Ningrum, 2022) dalam konteks usaha kecil makanan yang juga tidak mampu melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah besar meski harganya lebih efisien.

Tekanan persaingan juga menjadi kendala yang mempersempit ruang gerak dalam penetapan harga. Pelaku usaha es tebu menyebutkan bahwa bertambahnya jumlah pesaing di lokasi yang sama membatasi kemampuannya untuk menaikkan harga, meskipun biaya produksi terus meningkat. Selain itu, faktor cuaca turut memengaruhi pendapatan bagi pelaku usaha minuman seperti es pisang hijau dan gado-gado, di mana musim hujan berkepanjangan berdampak pada penurunan jumlah pembeli secara signifikan meskipun modal bahan baku sudah terlanjur dikeluarkan. Kondisi ini mencerminkan kerentanan UMKM kuliner terhadap faktor eksternal yang berada di luar kendali pelaku usaha, suatu karakteristik yang juga diidentifikasi oleh (Melania & Handayani, 2023) dalam penelitian mereka terhadap UMKM kuliner yang menghadapi tekanan dari berbagai arah secara bersamaan.

Perubahan Pengelolaan Usaha dan Orientasi ke Depan

Kenaikan biaya produksi tidak hanya mendorong pelaku UMKM untuk melakukan penyesuaian jangka pendek, tetapi juga memicu perubahan dalam cara mereka merencanakan usaha ke depan. Sebagian besar narasumber telah memiliki gambaran tentang langkah yang akan ditempuh apabila tekanan biaya produksi tidak mereda dalam waktu dekat. Pelaku usaha sate padang berencana menaikkan harga secara bertahap sambil memantau respons pelanggan. Pelaku usaha siomay batagor mempertimbangkan penyederhanaan varian menu dan eksperimen dengan formula saus kacang campuran guna menekan biaya bahan baku. Sementara itu, pelaku usaha es doger menyiapkan opsi penggantian kemasan dari plastik ke cup kecil sebagai langkah antisipasi.

Menariknya, terdapat variasi dalam kematangan rencana adaptasi jangka panjang antara pelaku usaha yang telah lama berdiri dibandingkan dengan yang masih baru. Pelaku usaha dengan pengalaman usaha lebih dari lima tahun cenderung memiliki rencana yang lebih konkret dan terstruktur, sementara pelaku usaha yang baru berdiri satu hingga tiga tahun masih bersifat reaktif dalam menghadapi perubahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman usaha berkontribusi secara positif terhadap kapasitas perencanaan dan kesiapan adaptasi pelaku UMKM dalam menghadapi tekanan eksternal. (Hardilawati et al., 2020) juga menegaskan bahwa pengalaman dan durasi usaha yang lebih panjang berkorelasi positif dengan kemampuan pelaku UMKM dalam merancang strategi bertahan yang lebih komprehensif dan terencana.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi memiliki daya lenting yang cukup tinggi dalam menghadapi tekanan eksternal berupa kenaikan biaya produksi. Meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan terutama dari sisi modal dan persaingan mereka mampu menemukan celah adaptasi yang sesuai dengan Keterbatasan modal menjadi kendala struktural yang paling mendasar. Pelaku usaha siomay batagor tidak dapat memanfaatkan harga yang lebih murah di pasar induk karena tidak memiliki modal yang cukup untuk membeli dalam jumlah besar sekaligus. Kondisi ini memaksa pelaku usaha untuk tetap bergantung pada pemasok terdekat meskipun harganya lebih tinggi, karena sistem pembelian yang lebih fleksibel dan sesuai kebutuhan harian.

Temuan ini selaras dengan karakteristik umum UMKM yang kerap terkendala oleh keterbatasan akses modal dan kesulitan manajemen arus kas, sebagaimana ditunjukkan oleh (Titania & Ningrum, 2022) dalam konteks usaha kecil makanan yang juga tidak mampu melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah besar meski harganya lebih efisien.

Tekanan persaingan juga menjadi kendala yang mempersempit ruang gerak dalam penetapan harga. Pelaku usaha es tebu menyebutkan bahwa bertambahnya jumlah pesaing di lokasi yang sama membatasi kemampuannya untuk menaikkan harga, meskipun biaya produksi terus meningkat. Selain itu, faktor cuaca turut memengaruhi pendapatan bagi pelaku usaha minuman seperti es pisang hijau dan gado-gado, di mana musim hujan berkepanjangan berdampak pada penurunan jumlah pembeli secara signifikan meskipun modal bahan baku sudah terlanjur dikeluarkan. Kondisi ini mencerminkan kerentanan UMKM kuliner terhadap faktor eksternal yang berada di luar kendali pelaku usaha, suatu karakteristik yang juga diidentifikasi oleh (Melania & Handayani, 2023) dalam penelitian mereka terhadap UMKM kuliner yang menghadapi tekanan dari berbagai arah secara bersamaan.

Perubahan Pengelolaan Usaha dan Orientasi ke Depan

Kenaikan biaya produksi tidak hanya mendorong pelaku UMKM untuk melakukan penyesuaian jangka pendek, tetapi juga memicu perubahan dalam cara mereka merencanakan usaha ke depan. Sebagian besar narasumber telah memiliki gambaran tentang langkah yang akan ditempuh apabila tekanan biaya produksi tidak mereda dalam waktu dekat. Pelaku usaha sate padang berencana menaikkan harga secara bertahap sambil memantau respons pelanggan. Pelaku usaha siomay batagor mempertimbangkan penyederhanaan varian menu dan eksperimen dengan formula saus kacang campuran guna menekan biaya bahan baku. Sementara itu, pelaku usaha es doger menyiapkan opsi penggantian kemasan dari plastik ke cup kecil sebagai langkah antisipasi.

Menariknya, terdapat variasi dalam kematangan rencana adaptasi jangka panjang antara pelaku usaha yang telah lama berdiri dibandingkan dengan yang masih baru. Pelaku usaha dengan pengalaman usaha lebih dari lima tahun cenderung memiliki rencana yang lebih konkret dan terstruktur, sementara pelaku usaha yang baru berdiri satu hingga tiga tahun masih bersifat reaktif dalam menghadapi perubahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman usaha berkontribusi secara positif terhadap kapasitas perencanaan dan kesiapan adaptasi pelaku UMKM dalam menghadapi tekanan eksternal. (Hardilawati et al., 2020) juga menegaskan bahwa pengalaman dan durasi usaha yang lebih panjang berkorelasi positif dengan kemampuan pelaku UMKM dalam merancang strategi bertahan yang lebih komprehensif dan terencana.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi memiliki daya lenting yang cukup tinggi dalam menghadapi tekanan eksternal berupa kenaikan biaya produksi. Meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan terutama dari sisi modal dan persaingan mereka mampu menemukan celah adaptasi yang sesuai dengan kapasitas dan karakteristik usaha masing-masing. Temuan ini memperkuat pandangan (Melania & Handayani, 2023) bahwa UMKM kuliner yang berhasil mempertahankan usahanya adalah mereka yang mampu bersikap fleksibel, responsif terhadap perubahan, dan kreatif dalam memanfaatkan sumber daya yang terbatas baik dari sisi produk, harga, kemasan, maupun saluran pemasaran.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kenaikan biaya produksi berdampak langsung dan merata terhadap seluruh pelaku UMKM kuliner yang menjadi narasumber di Kota Jambi. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan pada satu komponen biaya, melainkan secara bersamaan pada kemasan plastik, bahan baku utama, dan bahan pendukung lainnya, yang pada

akhirnya menggerus penghasilan bersih harian para pelaku usaha. Sebagai respons, pelaku UMKM kuliner menerapkan beragam strategi adaptasi yang disesuaikan dengan kapasitas dan karakteristik masing-masing usaha, meliputi pengurangan porsi produk tanpa menaikkan harga jual, penggantian kemasan dengan alternatif yang lebih ekonomis, pencarian pemasok alternatif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi memiliki daya lenting yang cukup baik dalam menghadapi tekanan eksternal, meskipun strategi yang diterapkan masih bersifat reaktif dan jangka pendek, terutama pada pelaku usaha yang baru berdiri satu hingga tiga tahun. Sebaliknya, pelaku usaha dengan pengalaman lebih dari lima tahun cenderung memiliki rencana adaptasi yang lebih terstruktur dan antisipatif.

Perlu dicatat bahwa kesimpulan ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas kepada seluruh UMKM kuliner di Kota Jambi maupun di daerah lain, mengingat penelitian ini hanya melibatkan enam narasumber yang dipilih secara purposive. Karakteristik usaha, jenis produk, lokasi berjualan, dan kondisi ekonomi lokal dapat menghasilkan pola adaptasi yang berbeda-beda. Selain itu, penelitian ini memiliki beberapa batasan, yaitu: (1) jumlah informan yang terbatas sehingga variasi temuan belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi UMKM kuliner secara keseluruhan di Kota Jambi; (2) data yang dikumpulkan bersifat cross-sectional pada satu periode waktu tertentu, sehingga tidak dapat menggambarkan perubahan strategi adaptasi secara dinamis dalam jangka panjang; dan (3) penelitian ini tidak mengukur efektivitas masing-masing strategi adaptasi secara kuantitatif, sehingga belum dapat disimpulkan strategi mana yang paling efektif dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pihak. Bagi pelaku UMKM kuliner, disarankan untuk mulai menyusun pencatatan keuangan sederhana secara rutin guna memudahkan pemantauan perubahan biaya produksi dan margin keuntungan. Selain itu, pelaku usaha perlu lebih aktif memanfaatkan platform digital tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga untuk memperluas jaringan pemasok alternatif yang lebih terjangkau. Mengingat keterbatasan modal menjadi kendala utama, pelaku UMKM juga disarankan untuk mengeksplorasi akses terhadap program pembiayaan atau koperasi usaha yang dapat mendukung pembelian bahan baku dalam jumlah yang lebih efisien.

Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program pendampingan UMKM yang lebih kontekstual, khususnya dalam hal manajemen biaya produksi, literasi keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Program pelatihan yang menasar pelaku usaha baru dengan pengalaman kurang dari tiga tahun dinilai penting mengingat kelompok ini cenderung lebih rentan dan reaktif dalam menghadapi perubahan.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah informan dan mencakup jenis UMKM kuliner yang lebih beragam agar temuan lebih representatif. Pendekatan longitudinal juga dapat dipertimbangkan untuk mengamati perubahan strategi adaptasi pelaku UMKM dari waktu ke waktu. Selain itu, penelitian lanjutan yang mengukur efektivitas masing-masing strategi adaptasi secara kuantitatif akan memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan literatur UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Delfiana Jesika Dwifanty, Jordan N. Leobisa, Angelina Aldensia Bernoli, & Enike Tje Yustin Dima. (2025). Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia Serta Peluang Dan Tantangan Dalam Era Digitalisasi. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif*

- Global*, 2(3). <https://doi.org/10.61132/Aeppg.V2i3.1357>
- Elita, S. S., Yumiati, Y., & Andriani, E. (2023). The Increase In Raw Material Prices And It's Impact On The Income Of Tempe Producers In Kepahiang District. *Jurnal Agroqua: Media Informasi Agronomi Dan Budidaya Perairan*, 21(1). <https://doi.org/10.32663/Ja.V21i1.3423>
- Girsang. (2020). Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 15th Edition. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2).
- Gonibala.Vecky, N. (2019). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Halizah, T. N., Yani, E., Ningrum, F. S., & Kusumastuti, R. (2023). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Produksi (Studi Kasus Pada UMKM Es The Nusantara Cabang Kota Jambi). *Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 128–137.
- Hardilawati, W. A. N. L., Hinggo, H. T., Binangkit, I. D., Akhmad, I., Siregar, D. I., Zaki, H., Perdana, R., & Fikri, K. (2020). Manajemen Pembelajaran Berbasis Google Suite Dan Articulate Storyline 3. *Values : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Jufri, Ahmad Kamil, M. N. (2022). Analisis Kenaikan Harga Minyak Goreng Terhadap Pola Produksi Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 193–200.
- Melania, D., & Handayani, T. (2023). Strategi Mempertahankan UMKM Bidang Kuliner Di Era Digital Marketing Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMT KITA*, 7(1). <https://doi.org/10.35870/Emt.V7i1.727>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal Of Applied Business And Economic)*, 9(2). <https://doi.org/10.30998/Jabe.V9i2.13703>
- Ramadhani, T. Desy, & Harahap, E. F. (2023). *Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Harga Produk Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Sektor Kuliner Di Kota Sawahlunto*. 1–3.
- Syuhada, B. (2022). Analisis Biaya Produksi Pembuatan Keripik Singkong Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *ATHA Jurnal Ilmu Pertanian*, (1).
- Titania, K. A., & Ningrum, P. P. A. (2022). Analisis Dampak Kenaikan Harga Bahan Baku Kedelai (Glycine Max) Terhadap Home Industry Tempe Di Kelurahan Plaju Ulu Kota Palembang. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.32502/Jset.V11i1.4719>
- Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, & Fahrur Rozi. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4). <https://doi.org/10.59024/Jumek.V2i4.464>
- Jufri, Ahmad Kamil, M. N. (2022). Analisis Kenaikan Harga Minyak Goreng Terhadap Pola Produksi Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 193–200.
- Ramadhani, T. desy, & Harahap, E. F. (2023). *Pengaruh modal, biaya produksi, harga produk dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan umkm sektor kuliner di kota sawahlunto*. 1–3.