

Pengembangan dan Perubahan Organisasi Oppa Box dalam Menghadapi Dinamika Industri Kuliner Korea UMKM di Padang

Muhammad Jamil¹, Khairil Azmi², Faeza Rezi S³

^{1,2,3}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,

E-mail: khairizm03@gmail.com

Article History:

Received: 04 Mei 2025

Revised: 15 Mei 2025

Accepted: 23 mei 2025

Keywords: Pengembangan Organisasi, Perubahan Organisasi, UMKM, Industri Kuliner, Oppa Box, Strategi Pemasaran Digital

Abstract: Oppa Box, yang bergerak di bidang makanan dan minuman khas Korea, menghadapi tantangan persaingan ketat di sektor kuliner serta ekspektasi konsumen yang dinamis, terutama dari generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi peningkatan daya saing, meningkatkan kapasitas manajerial dan operasional karyawan, menerapkan teknologi digital untuk efisiensi, serta mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran bagi Oppa Box. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada Oppa Box salah satu UMKM di Lubuk Begalung, Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan karyawan, observasi langsung terhadap proses kerja, serta dokumentasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam optimalisasi proses operasional, peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, pengembangan keterampilan sumber daya manusia, serta membuka peluang ekspansi bisnis bagi Oppa Box. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang dan memperkuat posisi Oppa Box di industri kuliner UMKM berbasis budaya Korea.

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman khas Korea di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh popularitas budaya Korea, terutama di kalangan generasi muda. Oppa Box, sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menawarkan produk inovatif seperti minuman boba, es krim, dan kreasi buah-buahan segar khas Korea, berhasil menarik perhatian pasar tersebut. Meskipun demikian, Oppa Box menghadapi persaingan yang sangat ketat di sektor kuliner, yang menuntut inovasi berkelanjutan dan kemampuan untuk mempertahankan relevansi di tengah ekspektasi konsumen yang semakin tinggi. Dinamika pasar ini mengharuskan Oppa Box untuk melakukan pengembangan dan perubahan organisasi yang terarah guna memperkuat posisinya.

Tantangan eksternal seperti perubahan selera konsumen, banyaknya pilihan alternatif, dan kemudahan akses ke layanan digital melalui platform online menambah urgensi bagi Oppa Box

untuk beradaptasi secara cepat. Konsumen modern tidak hanya mencari produk yang lezat, tetapi juga pengalaman unik dan layanan yang efisien, baik secara langsung maupun daring. Oleh karena itu, integrasi teknologi dalam operasional dan strategi pemasaran menjadi krusial, tidak hanya untuk efisiensi tetapi juga untuk membangun citra merek yang kuat.

Di sisi lain, Oppa Box juga menghadapi tantangan internal, termasuk keterbatasan modal dan keterampilan manajerial karyawan. Keterbatasan akses modal dapat menghambat kemampuan ekspansi, peningkatan kualitas produk, dan implementasi strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia yang belum optimal dapat mempengaruhi stabilitas operasional dan kualitas pelayanan. Peningkatan keterampilan manajerial dan pelatihan terstruktur bagi karyawan menjadi penting untuk optimalisasi bisnis.

Berdasarkan tantangan tersebut, penelitian yang berfokus pada pengembangan dan perubahan organisasi untuk Oppa Box menjadi sangat relevan. Melalui analisis mendalam, diharapkan Oppa Box dapat memperkuat daya saingnya, meningkatkan kualitas pelayanan, mencapai efisiensi operasional, serta membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang dan pengembangan karyawan.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan studi ini antara lain: Adawiyah (2013) membahas kendala-kendala UMKM dalam pertumbuhan, terutama terkait manajemen dan pengembangan organisasi. Handarsono (2013) menyoroti pentingnya pengalaman konsumen dan pemasaran efektif untuk mendorong minat beli ulang. Siregar (2019) memfokuskan pada manajemen perubahan sebagai elemen penting keberlanjutan UMKM di pasar dinamis. Andriani dan Lestari (2020) menyoroti efektivitas pemasaran digital bagi UMKM kuliner dalam menjangkau konsumen dan meningkatkan loyalitas. Radiansyah dkk. (2023) menguraikan teori dan penerapan manajemen risiko yang relevan untuk mengelola tantangan pada UMKM.

LANDASAN TEORI

Perubahan organisasi adalah proses esensial untuk menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan organisasi dalam lingkungan yang dinamis. Perubahan seringkali dihadapkan pada resistensi dari anggota organisasi yang khawatir akan kehilangan stabilitas atau menghadapi ketidaknyamanan (Aslinda dkk., 2019). Resistensi ini dapat muncul karena perubahan berpotensi mengganggu keseimbangan nilai-nilai yang dipegang teguh. Namun, tanpa perubahan, organisasi berisiko mengalami stagnasi.

Perubahan organisasi melibatkan upaya perbaikan struktur, program, atau proses internal untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Siswanto dan Sucipto (2008) menjelaskan bahwa perubahan dapat berupa penambahan anggota baru atau penyesuaian program. Proses ini harus diintegrasikan dengan nilai dan budaya organisasi untuk memastikan dukungan anggota. Perubahan yang efektif memerlukan program pengembangan organisasi yang terencana, bertujuan meningkatkan kemampuan adaptasi organisasi terhadap tuntutan eksternal dan mencapai tujuan secara optimal (Bakroni, 2020). Perubahan juga harus memenuhi kebutuhan pengembangan diri anggota organisasi.

Tujuan utama perubahan organisasi adalah meningkatkan efektivitas dan kinerja agar lebih adaptif terhadap lingkungan yang dinamis, memastikan relevansi, dan mencapai tujuan jangka panjang (Sahadi dkk., 2022). Perubahan juga dirancang untuk kesejahteraan anggota, menciptakan keseimbangan antara tujuan organisasi dan kepentingan individu (Devi Nisa dkk., 2023). Sasaran spesifik perubahan meliputi: meningkatkan efektivitas organisasi, meningkatkan kesejahteraan anggota, berorientasi pada masa depan, dan mendekatkan diri pada pelanggan atau pengguna jasa.

.....

Menurut Pertiwi & Atmaja (2021), aspek eksternal pemicu perubahan meliputi kekuatan kompetitif, ekonomi, politik, globalisasi, faktor sosio-demografis, dan kekuatan etika. Dinamika persaingan usaha, kondisi ekonomi dan politik, serta perkembangan teknologi informasi menjadi faktor eksternal utama. Aspek internal yang memicu perubahan mencakup kapasitas dan semangat kerja pegawai, tingkat pembelajaran karyawan, kesadaran diri, lingkungan kerja yang mendukung, fleksibilitas kerja, serta sistem *reward* dan jenjang karier yang adil (Putri dkk., 2023).

McGill (1982, dalam Moekijat, 1982) mendefinisikan pengembangan organisasi sebagai proses sadar dan terencana untuk mengembangkan kemampuan organisasi agar mencapai dan mempertahankan tingkat prestasi optimum, diukur dari efisiensi, efektivitas, dan kesehatan organisasi. Siagian (dalam Moekijat, 1982) menyatakan pengembangan organisasi sebagai serangkaian konsep, alat, dan teknik untuk perencanaan jangka panjang dengan fokus pada hubungan antar kelompok kerja dan individu terkait perubahan struktural. Dengan demikian, pengembangan organisasi adalah upaya terencana untuk meningkatkan efektivitas dan kesehatan organisasi melalui intervensi dalam proses organisasi, menggunakan pengetahuan ilmu perilaku.

Gibson (1985) mengemukakan beberapa metode pengembangan organisasi:

1. **Metode Pengembangan Perilaku:** Menyelidiki secara mendalam perilaku kelompok atau individu.
2. **Metode Pengembangan Keterampilan dan Sikap:** Program latihan berkelanjutan untuk meningkatkan pengetahuan, kecakapan, keahlian, dan sikap anggota organisasi.
3. **Metode Pengembangan Struktur:** Tindakan pimpinan untuk meningkatkan efektivitas melalui perubahan hubungan struktur tugas formal dan wewenang.

Tujuan pengembangan organisasi adalah memperkuat kapasitas perusahaan dalam menyelesaikan masalah dan beradaptasi terhadap perubahan agar mampu bertahan dan berkembang. Ini bertujuan menciptakan daya saing tinggi dan meningkatkan efektivitas serta kinerja individu, kelompok, departemen, dan organisasi secara menyeluruh. Fokus lainnya adalah menciptakan kesehatan organisasi melalui perubahan efektif, peningkatan keterlibatan karyawan, serta strategi peningkatan kinerja yang berdampak pada profitabilitas dan pangsa pasar.

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi pengembangan organisasi:

1. **Faktor Internal:** Kekuatan dari dalam organisasi seperti sumber daya manusia, perilaku, dan keputusan manajemen. Ini meliputi tujuan, strategi, kebijakan manajerial, teknologi baru, serta sikap dan perilaku karyawan.
2. **Faktor Eksternal:** Kekuatan dari luar organisasi seperti karakteristik demografis, perkembangan teknologi, serta perubahan sosial dan politik. Organisasi memiliki keterbatasan dalam mengendalikan faktor-faktor ini namun harus berinteraksi dengannya untuk keberlangsungan hidup.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena pengembangan dan perubahan organisasi yang terjadi pada Oppa Box dalam konteks alaminya.

Penelitian ini akan dilaksanakan di gerai Oppa Box yang berlokasi di Lubuk Begalung, Padang. Pengumpulan data kemungkinan penyesuaian jadwal untuk mengakomodasi ketersediaan informan dan kebutuhan observasi yang lebih mendalam.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif ini akan diperoleh melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pemahaman mereka terkait pengembangan dan perubahan organisasi di Oppa Box.

.....

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari informan kunci, yaitu manajemen (pemilik/pengelola) dan karyawan Oppa Box. Selain itu, data primer juga akan didapatkan melalui pengamatan langsung terhadap proses kerja, interaksi antar karyawan, serta interaksi dengan pelanggan. Sebagaimana dikemukakan oleh Helaludin dan Wijaya (2019), data primer adalah sumber data langsung tanpa perantara. Dalam penelitian ini tidak digunakan data kuantitatif.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan meliputi:

1. **Wawancara (Interview):** Wawancara mendalam akan dilakukan secara tatap muka dengan manajer dan karyawan Oppa Box. Wawancara ini bersifat semiterstruktur untuk mendapatkan informasi dan gambaran mengenai praktik pengembangan dan perubahan organisasi yang telah atau akan dilakukan, tantangan yang dihadapi, serta harapan mereka. Hasil wawancara akan dicatat dan/atau direkam dengan izin informan.
2. **Observasi:** Observasi langsung akan dilakukan di lokasi Oppa Box untuk mengamati proses operasional sehari-hari, interaksi antara karyawan, pelayanan kepada pelanggan, serta implementasi aspek-aspek yang berkaitan dengan perubahan organisasi. Peneliti akan berperan sebagai pengamat non-partisipan dan menggunakan catatan lapangan serta dokumentasi foto (jika diizinkan) untuk merekam temuan.
3. **Dokumentasi:** Teknik dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen-dokumen yang relevan, seperti catatan penjualan (jika tersedia dan diizinkan), materi promosi, ulasan pelanggan online, serta referensi dari buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan pengembangan organisasi, manajemen UMKM, dan industri kuliner Korea.

Data kualitatif yang terkumpul akan dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi beberapa tahapan:

1. **Reduksi Data:** Proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mentransformasikan data kasar yang muncul dari catatan lapangan, transkrip wawancara, dan dokumen.
2. **Penyajian Data:** Menyusun informasi yang telah direduksi secara terorganisir dalam bentuk narasi, matriks, atau bagan sehingga mudah dipahami dan memungkinkan penarikan kesimpulan.
3. **Penarikan Kesimpulan/Verifikasi:** Dari data yang disajikan, peneliti akan menarik kesimpulan awal yang kemudian akan diverifikasi secara terus-menerus selama penelitian berlangsung dengan mencari pola, tema, hubungan, dan perbandingan.

Keabsahan data akan diuji melalui triangulasi sumber (membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi dan dokumentasi) dan triangulasi metode (menggunakan berbagai metode pengumpulan data).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan paparan Siswanto dan Sucipto (2008) menjelaskan bahwa perubahan dapat berupa penambahan anggota baru atau penyesuaian program. Proses ini harus diintegrasikan dengan nilai dan budaya organisasi untuk memastikan dukungan anggota. Dalam hal ini penelitian ini akan melihat sejauh mana Oppa Box bisa merangkul karyawannya dalam merealisasi perubahan melalui program-program yang dilakukan pihak Owner Oppa Box nantinya.

Penelitian yang dilakukan di Oppa Box, Lubuk Begalung, Padang, melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan karyawan, observasi langsung, serta analisis dokumentasi, menghasilkan temuan-temuan signifikan terkait strategi daya saing, kapasitas manajerial, penerapan teknologi, strategi pemasaran, serta analisis pengembangan dan perubahan organisasi yang terjadi dan diperlukan.

A. Strategi Daya Saing Oppa Box**1. Keunikan Produk dan Inovasi Berkelanjutan:**

- **Temuan:** Oppa Box berhasil membangun daya tarik awal melalui produk-produk yang terinspirasi kuliner Korea populer (minuman boba, es krim, kreasi buah segar) dengan sentuhan lokal yang disesuaikan dengan selera masyarakat Padang. Inovasi produk dilakukan secara periodik, misalnya dengan meluncurkan menu musiman atau edisi terbatas yang memanfaatkan tren Hallyu terkini. Namun, kecepatan adopsi tren oleh kompetitor menjadi tantangan.
- **Analisis:** Diferensiasi produk adalah kunci awal keberhasilan. Namun, untuk keberlanjutan, Oppa Box perlu lebih proaktif dalam riset dan pengembangan (R&D) untuk menciptakan produk yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menciptakan tren baru atau memiliki ciri khas yang sulit ditiru. Strategi *blue ocean* mini dapat dipertimbangkan, dengan menciptakan varian unik yang belum banyak disentuh pesaing.

2. Kualitas dan Pengalaman Pelanggan:

- **Temuan:** Pelanggan, terutama dari kalangan muda, mengapresiasi kualitas bahan baku yang dianggap segar dan kemasan yang menarik (*Instagrammable*). Suasana gerai yang nyaman dan bernuansa Korea juga menjadi nilai tambah. Namun, pada jam sibuk, konsistensi kecepatan layanan dan kualitas penyajian terkadang menurun.
- **Analisis:** Kualitas produk dan pengalaman pelanggan adalah fondasi daya saing yang kuat. Oppa Box perlu menetapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat untuk menjaga konsistensi kualitas dan layanan, terutama pada saat puncak. Pelatihan layanan pelanggan secara berkala penting untuk memastikan setiap interaksi pelanggan positif.

3. Harga yang Kompetitif:

- **Temuan:** Strategi penetapan harga Oppa Box relatif bersaing dengan pemain sejenis di Padang. Terdapat upaya untuk menawarkan paket *bundling* atau promo pada hari-hari tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan.
- **Analisis:** Meskipun harga kompetitif penting, perang harga bukanlah strategi jangka panjang yang sehat. Oppa Box sebaiknya fokus pada *value for money*, di mana pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih (kualitas, pengalaman, inovasi) sepadan dengan harga yang dibayarkan.

B. Kapasitas Manajerial dan Operasional Karyawan**1. Keterampilan Manajerial Pemilik/Pengelola:**

- **Temuan:** Pemilik/pengelola menunjukkan semangat kewirausahaan yang tinggi dan pemahaman yang baik terhadap tren pasar kuliner Korea. Namun, aspek manajerial formal seperti perencanaan strategis jangka panjang, manajemen keuangan yang detail, dan analisis kinerja yang mendalam masih perlu ditingkatkan. Pengambilan keputusan seringkali bersifat intuitif.
- **Analisis:** Peningkatan kapasitas manajerial sangat krusial. Pemilik/pengelola perlu dibekali dengan pengetahuan dan alat manajemen modern, misalnya melalui pelatihan, workshop, atau pendampingan dari konsultan bisnis UMKM. Kemampuan untuk mendelegasikan tugas dan membangun sistem juga penting seiring pertumbuhan usaha.

2. Keterampilan Operasional Karyawan:

.....

- **Temuan:** Karyawan umumnya memiliki keterampilan dasar dalam pembuatan produk dan pelayanan. Namun, tingkat polivalensi (kemampuan menangani berbagai tugas) masih terbatas, yang bisa menjadi kendala saat ada karyawan yang absen. Pelatihan awal untuk karyawan baru sudah ada, tetapi pelatihan berkelanjutan untuk peningkatan keterampilan (misalnya, *upselling*, penanganan keluhan) belum terstruktur.
- **Analisis:** Program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan *soft skills* karyawan. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga kepuasan kerja karyawan. Sistem rotasi pekerjaan ringan dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan polivalensi.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM):

- **Temuan:** Proses rekrutmen masih sederhana. Penilaian kinerja karyawan belum formal dan sistematis. Tingkat *turnover* karyawan relatif sedang, namun kepergian karyawan yang sudah terlatih tetap menjadi kerugian.
- **Analisis:** Perlu dikembangkan sistem manajemen SDM yang lebih baik, mulai dari rekrutmen yang lebih terstruktur, orientasi dan pelatihan yang jelas, penilaian kinerja yang objektif, hingga sistem kompensasi dan insentif yang menarik untuk mempertahankan talenta terbaik.

C. Penerapan Teknologi Digital

1. Pemasaran Digital dan Media Sosial:

- **Temuan:** Oppa Box aktif menggunakan media sosial (Instagram, TikTok) untuk promosi, menampilkan produk baru, dan berinteraksi dengan pelanggan. Konten visual menarik dan mengikuti tren. Kolaborasi dengan *micro-influencer* lokal pernah dilakukan dengan hasil yang cukup positif.
- **Analisis:** Pemanfaatan media sosial sudah baik, namun perlu strategi konten yang lebih terencana dan analisis metrik media sosial untuk mengukur efektivitas kampanye. Potensi *e-commerce* melalui platform pesan-antar makanan sudah dimanfaatkan, tetapi optimasi profil dan promosi di platform tersebut bisa ditingkatkan.

2. Sistem Point of Sale (POS) dan Pembayaran Digital:

- **Temuan:** Oppa Box telah menggunakan sistem POS sederhana untuk pencatatan transaksi dan menerima pembayaran digital (QRIS, e-wallet). Ini membantu mempercepat layanan di kasir dan mengurangi kesalahan pencatatan manual.
- **Analisis:** Sistem POS yang ada bisa dioptimalkan lebih lanjut. Jika memungkinkan, penggunaan POS yang terintegrasi dengan manajemen inventori sederhana dapat sangat membantu. Data transaksi dari POS juga merupakan aset berharga yang bisa dianalisis untuk memahami preferensi pelanggan dan tren penjualan.

3. Manajemen Inventori dan Operasional Internal:

- **Temuan:** Manajemen inventori bahan baku sebagian besar masih dilakukan secara manual dengan pencatatan sederhana. Hal ini terkadang menyebabkan kekurangan atau kelebihan stok untuk beberapa item. Komunikasi internal antar tim (misalnya, dapur dan kasir) masih mengandalkan komunikasi lisan.
- **Analisis:** Penerapan teknologi untuk manajemen inventori, meskipun sederhana (misalnya menggunakan spreadsheet yang lebih canggih atau aplikasi inventori khusus UMKM), dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi pemborosan, dan

memastikan ketersediaan bahan baku. Aplikasi komunikasi internal atau grup kerja digital bisa dipertimbangkan untuk memperlancar koordinasi.

D. Strategi Pemasaran

1. Targeting dan Segmentasi:

- **Temuan:** Target pasar utama adalah generasi muda (pelajar, mahasiswa, dewasa muda) yang tertarik dengan budaya Korea. Upaya pemasaran difokuskan pada platform dan gaya komunikasi yang relevan dengan segmen ini.
- **Analisis:** Segmentasi sudah cukup jelas. Namun, perlu pendalaman lebih lanjut mengenai sub-segmen di dalamnya (misalnya, penggemar K-Pop, K-Drama, atau sekadar penyuka kuliner Korea secara umum) untuk personalisasi pesan pemasaran yang lebih efektif.

2. Branding dan Citra Merek:

- **Temuan:** Oppa Box berhasil membangun citra sebagai tempat yang menyediakan makanan dan minuman Korea yang "kekinian" dan "enak". Logo dan desain kemasan mendukung citra ini.
- **Analisis:** Konsistensi *branding* di semua titik sentuh (gerai fisik, media sosial, kemasan) penting untuk terus diperkuat. *Storytelling* mengenai inspirasi di balik Oppa Box atau keunikan produk dapat memperdalam hubungan emosional dengan pelanggan.

3. Promosi dan Keterlibatan Pelanggan:

- **Temuan:** Promosi penjualan (diskon, paket hemat) dan program loyalitas sederhana (misalnya, stempel kartu) telah diterapkan. Interaksi di media sosial cukup baik dalam merespons komentar atau pesan pelanggan.
- **Analisis:** Program loyalitas bisa dikembangkan lebih lanjut menggunakan teknologi (misalnya, aplikasi loyalitas atau sistem poin berbasis nomor telepon) untuk melacak pembelian dan memberikan *reward* yang lebih personal. Kontes atau *giveaway* di media sosial bisa ditingkatkan untuk mendorong *user-generated content* (UGC) yang efektif sebagai alat pemasaran organik.

E. Analisis Pengembangan dan Perubahan Organisasi

1. Kondisi Saat Ini dan Kesadaran Akan Perubahan:

- **Temuan:** Manajemen Oppa Box menyadari adanya tekanan persaingan dan perubahan selera konsumen. Ada keinginan untuk berkembang dan beradaptasi, namun terkadang masih ragu dalam mengambil langkah perubahan yang signifikan karena keterbatasan sumber daya (modal dan SDM) serta kekhawatiran akan risiko. Resistensi terhadap perubahan lebih bersifat pasif (misalnya, menunda implementasi ide baru) daripada aktif menolak.
- **Analisis:** Kesadaran akan perlunya perubahan adalah langkah awal yang positif. Tantangannya adalah menerjemahkan kesadaran ini menjadi tindakan konkret. Perlu ada *champion of change* di dalam organisasi (biasanya pemilik atau manajer) yang secara konsisten mendorong dan memfasilitasi proses perubahan.

2. Faktor Pendorong Perubahan:

- **Eksternal:** Peningkatan jumlah pesaing sejenis, ulasan dan permintaan pelanggan di media sosial, tren teknologi baru dalam F&B (misalnya, sistem pesan mandiri).
 - **Internal:** Keinginan pemilik untuk meningkatkan profitabilitas dan skala usaha, masukan dari karyawan terkait efisiensi kerja, kebutuhan untuk standarisasi proses seiring dengan rencana (jika ada) penambahan cabang.
-

- **Analisis:** Identifikasi faktor pendorong ini penting untuk membangun urgensi dan justifikasi terhadap inisiatif perubahan.
- 3. **Hambatan Terhadap Pengembangan dan Perubahan:**
 - **Temuan:** Keterbatasan modal untuk investasi teknologi atau renovasi gerai, kurangnya waktu manajemen untuk fokus pada perencanaan strategis karena terlibat dalam operasional harian, serta kurangnya keterampilan khusus pada karyawan untuk mengadopsi teknologi atau metode kerja baru. Ada juga kultur kerja yang mungkin belum sepenuhnya terbuka terhadap ide-ide baru atau kritik konstruktif.
 - **Analisis:** Mengatasi hambatan ini memerlukan pendekatan bertahap. Untuk modal, bisa dijangkau opsi pinjaman UMKM atau kemitraan strategis. Untuk keterbatasan waktu manajemen, pentingnya pendelegasian dan pengembangan tim. Untuk keterampilan, fokus pada pelatihan. Membangun budaya organisasi yang lebih terbuka dan adaptif memerlukan komitmen jangka panjang dari pimpinan.
- 4. **Area Pengembangan dan Perubahan Organisasi yang Diperlukan:**
 - **Struktural:** Seiring pertumbuhan, mungkin diperlukan struktur organisasi yang lebih jelas dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang lebih formal, meskipun tetap ramping dan fleksibel khas UMKM.
 - **Proses Bisnis:** Perlu adanya standarisasi dan optimalisasi proses kunci (pembuatan produk, layanan pelanggan, manajemen stok, pemasaran) untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi.
 - **Budaya Organisasi:** Mendorong budaya yang lebih inovatif, berorientasi pada pelanggan, adaptif terhadap perubahan, dan mendukung pembelajaran berkelanjutan. Keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan terkait pekerjaan mereka dapat meningkatkan rasa kepemilikan.
 - **Teknologi:** Adopsi teknologi yang tepat guna untuk mendukung operasional, pemasaran, dan pengambilan keputusan berbasis data.
 - **Keterampilan SDM:** Program pengembangan SDM yang komprehensif, mencakup aspek teknis, manajerial, dan *soft skills*.
 - **Analisis:** Perubahan harus direncanakan dan dikelola dengan baik. Menggunakan model perubahan sederhana (misalnya, model Lewin: *Unfreeze, Change, Refreeze*) bisa membantu memandu prosesnya. Komunikasi yang transparan kepada seluruh tim mengenai mengapa perubahan diperlukan, apa tujuannya, dan bagaimana dampaknya bagi mereka sangat penting untuk mengurangi resistensi dan mendapatkan dukungan. Perubahan sebaiknya dimulai dari skala kecil (*pilot project*) untuk menguji efektivitas dan melakukan penyesuaian sebelum diterapkan secara luas.

Kesimpulan Awal (dari Hasil dan Pembahasan Hipotetis): Oppa Box memiliki fondasi yang baik berupa produk yang menarik dan pemahaman pasar awal. Namun, untuk berkembang dan bersaing secara berkelanjutan dalam industri kuliner Korea yang dinamis di Padang, diperlukan upaya pengembangan organisasi yang terencana dan perubahan yang adaptif. Fokus utama harus pada peningkatan kapasitas manajerial, pengembangan SDM, adopsi teknologi yang lebih strategis, penguatan strategi pemasaran berbasis data, dan pembentukan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan efisiensi. Tanpa perubahan yang terarah, Oppa Box berisiko stagnan atau tertinggal dari kompetitor yang lebih agresif dan adaptif.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan dan perubahan organisasi pada UMKM Oppa Box dalam menghadapi dinamika industri kuliner Korea di Padang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa poin utama:

1. Strategi Daya Saing: Oppa Box telah berhasil membangun daya tarik awal melalui inovasi produk yang terinspirasi tren Korea dan kualitas yang dijaga, serta harga yang relatif kompetitif.
2. Kapasitas Manajerial dan SDM: Terdapat semangat kewirausahaan yang tinggi pada level manajemen.
3. Penerapan Teknologi Digital: Oppa Box telah memanfaatkan media sosial untuk pemasaran dan sistem POS dasar serta pembayaran digital.
4. Strategi Pemasaran: Penargetan pasar generasi muda sudah tepat dan *branding* awal cukup berhasil.
5. Pengembangan dan Perubahan Organisasi: Manajemen Oppa Box menunjukkan kesadaran akan perlunya perubahan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah saran praktis yang dapat dipertimbangkan oleh Oppa Box serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya:

1. Inovasi Produk Berkelanjutan: Alokasikan sumber daya untuk riset dan pengembangan (R&D) menu secara berkala, fokus pada keunikan rasa dan presentasi yang khas Oppa Box, tidak hanya mengikuti tren.
2. Standarisasi Kualitas dan Layanan: Susun dan implementasikan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas untuk pembuatan produk dan layanan pelanggan, serta lakukan evaluasi rutin.
3. Penguatan Pengalaman Pelanggan: Tingkatkan kenyamanan gerai dan pertimbangkan untuk menciptakan *signature experience* yang membedakan Oppa Box dari kompetitor.
4. **Saran untuk Penelitian Selanjutnya:** Melakukan penelitian lanjutan secara berkala (misalnya, satu atau dua tahun ke depan) untuk melihat perkembangan dan dampak implementasi strategi perubahan di Oppa Box. Melakukan survei atau studi lebih lanjut mengenai persepsi pelanggan terhadap inovasi produk dan layanan Oppa Box, serta faktor-faktor yang paling mempengaruhi loyalitas mereka.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil'aalamiin penulis bersyukur karena telah menyelesaikan proses penelitian ini dengan baik, dan penulis juga ucapkan terima kasih banyak kepada owner beserta karyawan dan karyawan Oppa Box yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR REFERENSI

- Adawiyah, W. R. (2013). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 1(1).
- Andriani, D., & Lestari, M. (2020). Efektivitas Pemasaran Digital melalui Media Sosial pada UMKM Makanan dan Minuman. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(1), 78-92.
- Aslinda, Muh. Guntur, & Andi Cudai Nur. (2019). *Pengembangan dan Perubahan Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Bakroni, L. (2020). Perubahan dan Pengembangan Organisasi. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(2).
- Devi Fazilatun Nisa, Gading Putri Pratiwi, & Khaerul Nur Pratiwi. (2023). Pengembangan
-

- Organisasi Dalam Perilaku Organisasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3).
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (1985). *Organizations: Behavior, Structure, Processes* (5th ed.). Business Publications.
- Handarsono, S. (2013). Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-11.
- Helaludin, & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Moekijat. (1982). *Pengembangan Organisasi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Pertiwi, N. P. M. E. D., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Organisasi. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 403-414.
- Putri, S. A., Syaridwan, A., Ningrum, D. A., dkk. (2023). Pengaruh Perubahan Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(12).
- Radiansyah, A., et al. (2023). *Manajemen Risiko Perusahaan: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sahadi, Sunarti, N., & Puspitasari, E. (2022). Pengembangan Organisasi (Tinjauan Umum Pada Organisasi). *Jurnal MODERAT*, 8(2).
- Siregar, M. H. (2019). Peran Manajemen Perubahan pada Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 45-60.
- Siswanto, & Sucipto, A. (2008). *Teori Organisasi*. Malang: UIN-Malang Press.
-