

Pengaruh Perubahan Lingkungan Bisnis terhadap Adaptasi Perilaku Pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar di Jawa Tengah

Danang Sunyoto^{1*}, Magister Alfatah Kalijaga², Melniya Rahma Sari³

^{1,3} Prodi. Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Indonesia

² Prodi. Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, Indonesia

danang_sunyoto@janabadra.ac.id^{1*}

Alamat: Jl. Tentara Rakyat Mataram No.55-57, Bumijo, Kec. Jetis, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55231

Korespondensi penulis: danang_sunyoto@janabadra.ac.id

Abstract: *Objectives*–To analyze the influence of changes in the business environment on the behavioral adaptation of traders at Karangpandan Market, Karanganyar in Central Java. *Design/Methodology/Approach*–The study used a sample of traders at Karangpandan Market, Karanganyar in Central Java. Data collection methods were questionnaires and observations. Data analysis methods used qualitative descriptive and quantitative. **Research Results**–A total of 110 market traders were dominated by female traders, 80 of whom were 73%, aged 31-40 years (41%), with a business period of 11-15 years (42%). The business environment has a positive and significant effect on the behavioral adaptation of traders at Karangpandan Market, Karanganyar in Central Java.

Keywords: Business Environment, Behavioral Adaptation, Karangpandan Market

Abstrak: Tujuan–Menganalisis Pengaruh Perubahan Lingkungan Bisnis Terhadap Adaptasi Perilaku Pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar di Jawa Tengah. **Desain / Metodologi / Pendekatan**–Penelitian menggunakan sampel pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar di Jawa Tengah. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dan observasi. Metode analisis data menggunakan kualitatif deskriptif dan kuantitatif. **Hasil Penelitian**–Sebanyak 110 pedagang pasar didominasi oleh pedagang perempuan sebanyak 80 pedagang dengan presentase 73%, berusia 31-40 tahun (41%), dengan masa usahanya 11-15 tahun (42%). Lingkungan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap adaptasi perilaku pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar Di Jawa Tengah.

Kata kunci: Lingkungan Bisnis, Adaptasi Perilaku, Pasar Karangpandan Karanganyar

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara agraris yang mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian (Humas, 2022). Pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap kuat di Tengah kondisi perekonomian global yang tidak stabil. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami inflasi 0,04% pada Januari 2024. Inflasi tahunan mencapai 2,57% yoy (year-on-year) dan inflasi tahun kalender 0,04% yoy (year-on-year) yang terjadi peningkatan indeks tahunan dari 105,15 pada Desember 2023 menjadi 105,19 pada Januari 2024 (Antara, 2024). Perekonomian ialah kebutuhan setiap orang karena melaluinya masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya sendiri. Proses pembangunan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari sektor-sektor tertentu, antara lain pertanian, perdagangan, industri dan sektor-sektor lainnya. Untuk itu manusia tidak bisa lepas dari kegiatan ekonomi yang meliputi kegiatan jual beli (Gunawan, n.d.).

Kegiatan jual beli merupakan kegiatan tukar menukar barang atau materi kepemilikan secara permanen. Salah satu tempat kegiatan jual beli adalah di pasar. Seiring perkembangan zaman dan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi (Nilava & Fauzi, n.d.). Dalam jual beli harus ada penjual, pembeli, barang yang dijual, dan uang. Pembeli akan mendapatkan barang dengan uangnya. Sementara, penjual akan mendapatkan uang setelah menjual barang dagangannya. Kegiatan jual beli terjadi karena ada syarat-syarat tertentu. Syarat terjadinya jual beli adalah terdapat penjual dan pembeli.

Dinamika perubahan lingkungan bisnis yang semakin pesat tentunya menuntut perusahaan untuk mampu menyesuaikan dan mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas tinggi (Farisi, 2020). Lingkungan Bisnis menurut Dill dalam (Jhohari et al., 2022), yaitu lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan-keputusan perusahaan. Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja”. Di tengah kemunculan sistem perdagangan baru ini masyarakat kita adalah masyarakat konsumsi yang haus akan barang-barang baru dan cara berbelanja yang baru. Hadirnya sistem perdagangan dan sistem jual beli secara online mengakibatkan sejumlah pasar atau toko konvensional lainnya dapat terancam bangkrut akibat dampak dari online shop. Hal tersebut membawa dampak perubahan pada lingkungan yang berada di pasar. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis yaitu faktor dari dalam (internal) dan faktor dari luar (eksternal). Lingkungan Internal menurut (Farisi, 2020) yaitu “Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang ada di dalam suatu organisasi. Analisis ini ditujukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi relatif dibanding dengan para pesaingnya”. Sedangkan lingkungan eksternal menurut Pierce and Robinson dalam penelitian (Farisi, 2020) adalah “Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada diluar organisasi yang dapat menciptakan peluang dan ancaman atas keberadaan suatu organisasi”.

Perubahan sosial pada pasar tradisional merupakan salah satu bentuk realitas sosial atau kenyataan sosial. Perubahan sosial dari pasar tradisional ke pasar modern bisa disebut dengan istilah modernisasi. Istilah modernisasi dianggap sebagai adanya suatu proses-proses perubahan dari konvensional menuju kemodernan. Perubahan menuju modern ini tidak hanya dapat dilihat dari aspek-aspek baru dalam kehidupan, tetapi aspek-aspek lama juga ikut tergerus arus modernisasi. Salah satu aspek yang tergerus oleh arus modernisasi adalah pasar tradisional (Nur Syamsiyah & TI, 2022).

Dalam buku *Indonesian Culture* karya (Widiyanto, 2009), pasar tradisional merupakan pasar yang berkembang di masyarakat dengan pedagang asli pribumi. Pasar tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan. Sedangkan konsumen yang membutuhkan barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari bisa mendapatkannya di pasar tradisional tersebut. Namun pasar modern juga sudah menyebar luas, dengan kemajuan yang lebih pesat dari pada pasar tradisional. Pasar modern berupa toko serba ada (toserba) yang memiliki barang bervariasi dan lebih lengkap, serta memiliki tempat yang lebih luas daripada supermarket. Disatu sisi dengan maraknya bisnis ritel yang memasuki daerah-daerah akan membuat konsumen dimanjakan karena memiliki banyak pilihan dalam berbelanja. Namun disisi lain, pasar tradisional yang memasok kebutuhan konsumen lambat laun tergencet dan mengharuskan pedagang pasar beradaptasi kembali di lingkungan baru yang sudah canggih ini (Saifuddin, 2023).

Adaptasi pada persoalan ini menjadi hal yang sangat penting. Kalau tidak bisa beradaptasi ada hal yang ditakutkan yakni kerugian. Adaptasi menurut (Agapa & Martiana, 2023a) adalah usaha manusia untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan tertentu dalam mendayagunakan sumber daya untuk menghadapi masalah yang mendesak. Menurut teori Darwin, pengertian adaptasi adalah mekanisme biologis organisme menyesuaikan diri dengan lingkungan baru atau perubahan dalam lingkungan saat ini. Kemampuan UMKM dalam adaptasi terhadap lingkungan diyakini sebagai kemampuan untuk merespon secara cepat ketika terjadi perubahan. Salah satu faktor yang menyebabkan sebuah perusahaan harus memiliki kemampuan adaptasi terhadap lingkungan yang baik, adalah intensitas kompetisi persepsi dan respon terhadap lingkungan eksternal, kemampuan untuk menanggapi pelanggan internal dan reaksi cepat baik terhadap pelanggan internal dan eksternal saat adanya perubahan lingkungan (Riyanto, 2018).

Salah satu teori klasik yang dalam mengelola perubahan adalah Teori Kurt Lewin yang dikenal dengan istilah Model Lewin. Model ini mendeskripsikan tahapan-tahapan dalam melakukan perubahan terencana dan perbaikan secara terus menerus membantu dalam keberlanjutan jangka panjang dalam suatu manajemen organisasi. Dapat dikatakan bahwa perubahan terencana merupakan proses yang kompleks. Teori Lewin dikenal secara eksplisit menegaskan bahwa perubahan merupakan hal yang nyata (Widyaningrum et al., 2022).

Menurut (Rahmawan, 2019) pasar tradisional Karangpandan merupakan pasar yang memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Keunggulan Pasar Tradisional Karangpandan seperti memiliki harga yang lebih murah di banding pasar modern, kesegaran yang terjamin, bisa tawar menawar, kualitas yang lebih baik,

lebih banyak pilihan varietas lokal, dll. Namun pasar ini memiliki lokasi yang kurang strategis, area penjualan yang kurang luas, kadang lokasi becek dan kumuh. Di samping itu pasar ini memiliki keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan yang dimiliki oleh Pasar Tradisional Karangpandan. Meskipun berada di lokasi yang kurang strategis, pasar ini dulunya adalah pasar tradisional pertama di Kecamatan Karangpandan. Seiring berjalannya waktu Pasar Karangpandan ini semakin ketinggalan zaman akibat perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Sehingga para pedagang mengharuskan diri untuk memiliki kemampuan beradaptasi di lingkungan pasar yang banyak mengalami perubahan, seperti adanya pasar modern yang sudah berada dimana-mana, yang mengakibatkan tergendatnya Pasar Karangpandan.

Menurut (Rahmawan, 2019) bahwa dalam konteks secara alamiah, suatu lingkungan akan selalu berubah, dan perubahan ini dapat terjadi secara perlahan secara tidak sadar atau bahkan terjadi secara tiba-tiba, dan perubahan yang besar lebih cepat terlihat. Perubahan kondisi yang di alami oleh para pedagang di Pasar Karangpandan menyebabkan mereka harus memiliki kapasitas untuk beradaptasi. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perubahan Lingkungan Bisnis Terhadap Adaptasi Perilaku Pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar Di Jawa Tengah”.

2. TELAAH LITERATUR

Lingkungan Bisnis

a. Pengertian

Lingkungan (*environment*) menurut Robbins dalam (Cahyono, 2023) menyatakan pengertian lingkungan adalah sebagai berikut: “Lingkungan adalah segala sesuatu yang berada di luar organisasi. Lingkungan yang paling dekat dengan organisasi atau disebut juga task environment, industry environment, atau specific environment yaitu lingkungan yang langsung mempengaruhi strategi, yang mencakup pesaing, pemasok, pelanggan, dan serikat dagang.”

Lingkungan Bisnis menurut Dill dalam (Mellita & Elpanso, 2020a), yaitu sebagai berikut: “Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan-keputusan perusahaan. Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja”.

Adapun pengertian Lingkungan Bisnis menurut Wheelen dan Hunger dalam (Kurniati, n.d.-a) menyatakan pengertian lingkungan bisnis sebagai berikut: “Lingkungan bisnis adalah semua kondisi dan kekuatan yang ada didalam maupun diluar setiap unit bisnis yang akan

mempengaruhi arah kebijakan dari suatu perusahaan dalam mengelola aktifitas bisnisnya. Faktor-faktor tersebut meliputi lingkungan eksternal dan lingkungan internal”.

b. Jenis-jenis Lingkungan Bisnis

Menurut (Nur Syamsiyah & TI, 2022) lingkungan bisnis mempunyai beberapa jenis, yaitu:

1) Lingkungan umum (Lingkungan Makro)

Lingkungan umum meliputi beberapa faktor yang mempengaruhi keseluruhan kegiatan bisnis secara tidak langsung. Faktor-faktor dalam lingkungan umum menimbulkan dampak yang luas dan menyeluruh kepada semua perusahaan dalam suatu perekonomian. Lingkungan umum tidak hanya mempengaruhi perusahaan-perusahaan saja, tetapi juga akan mempengaruhi berbagai unsur yang termasuk dalam lingkungan khusus. Beberapa pengaruh dari faktor-faktor lingkungan umum terhadap aktivitas bisnis suatu perusahaan:

- a) Politik, contohnya masalah politik menyangkut tingkat pemusatan kekuatan politik, sifat organisasi politik, sistem parta
- b) Hukum, contohnya meliputi sifat hukum, sistem hukum yang berlaku khususnya yang berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.
- c) Sosial dan Budaya, lingkungan sosial meliputi struktur golongan yang ada dalam masyarakat yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan. Sedangkan budaya menyangkut latar belakang nilai, keyakinan dan persepsi masyarakat yang terbentuk lewat sejarah kehidupan masyarakat itu sendiri.
- d) Perekonomian, memperlihatkan peningkatan daya beli masyarakat, nilai mata uang domestik terhadap mata uang asing.
- e) Pemerintah, meliputi berbagai kebijakan pemerintah yang kondusif antara lain kebijakan fiskal dan kebijakan moneter.
- f) Alam, meliputi ketersediaan input / bahan baku dalam proses produksi dan kualitas lingkungan alam akan menentukan kualitas output / produk yang diciptakan perusahaan.
- g) Teknologi, meliputi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam bidang industri dan fasilitas lain.

2) Lingkungan khusus (Lingkungan Mikro)

Lingkungan khusus terdiri dari unsur-unsur dalam kegiatan sistem pasar yang mempengaruhi perusahaan. Beberapa unsur lingkungan khusus:

a) Pemasok

Pemasok merupakan suatu perusahaan atau individu yang mampu untuk menyediakan sumber daya, baik dalam bentuk barang atau jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan lainnya (Jhohari et al., 2022)

b) Pelanggan

Menurut (Hanggari et al., 2021) Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan perusahaan bisnis.

c) Perantara

Menurut (LSPR, 2023) perantara (simsar) adalah orang yang menjadi perantara antara pihak penjual dan pembeli guna melancarkan transaksi jual beli. Dengan adanya perantara maka pihak penjual dan pembeli akan mudah dalam bertransaksi, baik transaksi berbentuk jasa atau berbentuk barang.

d) Pesaing

Pesaing adalah seorang individu atau perusahaan yang beroperasi di sektor yang sama dengan perusahaan yang diuji (LSPR, 2023).

e) Penyedia Modal

Penyedia modal sangat dibutuhkan pada era globalisasi ini seiring dengan semakin berkembangnya kegiatan di bidang ekonomi. Salah satu bentuk penyedia modal adalah bank yang juga merupakan sebuah badan usaha. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, bank atau perbankan menempati posisi yang strategis dalam pembangunan perekonomian. Seperti yang kita ketahui, semua faktor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank (Wiryawinata, 2022)

f) Tenaga Kerja

Menurut pendapat (Utami, 2022) tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara dalam memproduksi barang atau jasa, tenaga kerja yang dalam usia kerja yaitu antara 15-64 tahun.

c. Faktor-faktor Lingkungan Bisnis

1) Lingkungan Internal

Definisi lingkungan internal menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim (Asharhani & Gupitasari, 2021) yaitu: “Lingkungan internal adalah para pelaku yang secara langsung berkaitan dengan lingkungan, yang mempengaruhi perusahaan”. Lingkungan Internal menurut (Farisi, 2020) yaitu: “Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang ada di dalam suatu organisasi. Analisis ini ditujukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi relatif dibanding dengan para pesaingnya”. Berdasarkan pendapat beberapa para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan internal adalah lingkungan yang berada di dalam suatu perusahaan yang elemen-elemen di dalamnya berpengaruh terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

2) Lingkungan Eksternal

Menurut (Kurniati, 2022) lingkungan eksternal adalah “kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan.” Menurut Pearce and Robinson; Hunger and Whelen dalam penelitian (Yola Amalia & Kristina, 2021) adalah: “Menyatakan bahwa Lingkungan eksternal suatu perusahaan memberikan banyak tantangan yang dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam upaya untuk menarik atau memperoleh sumber daya yang diperlukan dan untuk memasarkan barang dan jasanya secara menguntungkan”.

Adapun pengertian lingkungan eksternal menurut Pierce and Robinson dalam penelitian (Kurniati, 2022) adalah: “Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada diluar organisasi yang dapat menciptakan peluang dan ancaman atas keberadaan suatu organisasi”.

d. Ciri-ciri Lingkungan Bisnis yang Sehat

Terdapat beberapa ciri-ciri lingkungan bisnis yang sehat, (Mellita & Elpanso, 2020), yaitu:

1) Dinami

Lingkungan bisnis yang sehat adalah lingkungan bisnis dinamis yang melakukan pembaharuan dan tidak stagnan. Untuk menciptakan lingkungan bisnis ini dengan cara mengikuti perkembangan terkini mengenai industri bisnis yang ditekuni dan menyesuaikan diri.

2) Kompleks

Lingkungan bisnis memuat aspek-aspek penerapan dan perencanaan yang sangat kompleks karena harus melibatkan setiap pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Setiap keputusan yang diambil memiliki pro dan kontra pada perusahaan, maka tidak

boleh bersikap egois dengan hanya mementingkan pihak pro terhadap keputusan yang diambil.

3) Sudut Pandang yang Beragam

Lingkungan bisnis yang sehat adalah lingkungan bisnis yang mampu menampung setiap sudut pandang, ide, gagasan, opini, maupun pemikiran yang terlahir dalam benak orang-orang yang terlibat di dalamnya mengenai situasi atau kondisi tertentu. Semakin banyak sudut pandang, ide, gagasan, opini maupun pemikiran yang dapat ditampung, maka semakin mudah pula bagi kamu untuk dapat mengambil keputusan etis yang tidak hanya menguntungkan satu pihak.

e. Dimensi Lingkungan Bisnis

Lingkungan organisasi merupakan variabel yang sangat penting dalam menentukan strategi bisnis perusahaan dan dipandang sebagai trend perubahan yang dapat menciptakan kesempatan dan tantangan bagi organisasi). Lingkungan bisnis salasatu elemen kausal dalam hubungan strategi operasi serta kinerja bisnis perusahaan sehingga organisasi perlu melakukan "scanning menvironment" secara berkesinambungan untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi (Agapa & Martiana, 2023).

Lingkungan bisnis telah dikembangkan dalam literatur manajemen. Dimensi-dimensi tersebut meliputi *environmental munificence*, *environmental dynamism*, dan *environmental complexity*. *Environmental munificence* merupakan tingkat dukungan lingkungan terhadap pertumbuhan organisasi yang ada di dalamnya dan diukur melalui tiga hal yaitu biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, serta tingkat persaingan (Wiryawinata, 2022). Tingkat persaingan mencakup fokus pada penurunan permintaan baik dalam pasar lokal maupun pasar asing serta fokus pada profit margin yang rendah dan standar kualitas permintaan. *Environmental dynamism* merupakan perubahan lingkungan bisnis yang berubah secara cepat tidak terarah dan tidak bisa diprediksi. *Environmental complexity* ini mencerminkan tingkat heterogenitas faktor, kegiatan atau situasi yang dihadapi oleh perusahaan (Siregar et al., 2022).

f. Indikator Lingkungan Bisnis

Indikator lingkungan bisnis disesuaikan dari Ign. (Nur Syamsiyah & TI, 2022) yang dapat diukur melalui:

- 1) Biaya bisnis, yaitu semua biaya produksi yang dibutuhkan perusahaan dalam kegiatan operasional, meliputi biaya material, biaya tenaga kerja, biaya pengangkutan;
- 2) Ketersediaan tenaga kerja, mewakili fokus pada clerical (Staf Manajerial dan Administrasi) dan pekerja produksi;

- 3) Tingkat persaingan, mencakup fokus pada penurunan permintaan baik dari pasar, profit margin yang rendah dan kualitas permintaan.

Adaptasi Perilaku Individu

a. Pengertian

Adaptasi perilaku individu adalah proses dimana individu menyesuaikan perilaku mereka dengan lingkungan atau situasi tertentu. Manusia selain dikenal sebagai makhluk individu, juga digambarkan sebagai makhluk sosial. Tidak ada seorang pun manusia yang sanggup hidup tanpa tergantung pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Manusia tidak hidup sendiri namun hidup di tengah masyarakat atau individu-individu lain, sehingga di dalam kehidupan ini manusia memerlukan bantuan orang lain. Sejak lahir manusia telah diajarkan tentang bagaimana dapat hidup bersama orang lain, dengan kata lain didalam diri manusia telah ditanamkan sejak kecil bagaimana cara bersosialisasi dengan baik. Hubungan yang terjadi pada umumnya dimulai dengan adanya saling menyadari keberadaan satu dengan yang lainnya dan dilanjutkan dengan adanya kontak antar pribadi (Siregar et al., 2022) .

Adaptasi atau penyesuaian perilaku individu diartikan sebagai keberhasilan seseorang untuk menyesuaikan diri terhadap orang lain pada umumnya dan terhadap kelompok pada khususnya (Utami, 2022). Orang dapat menyesuaikan diri secara baik dengan mempelajari berbagai ketrampilan sosial seperti kemampuan untuk menjalin hubungan secara diplomatis dengan orang lain, baik teman, anggota keluarga, maupun orang yang tidak dikenal. Menurut (Agapa & Martiana, 2023) penyesuaian diri atau adaptasi itu sendiri merupakan suatu proses untuk mencari titik temu kondisi diri dan tuntutan lingkungan. Manusia dituntut menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, kejiwaan dan lingkungan alam. (Aristya Sayu et al., n.d.) juga berpendapat bahwa adaptasi diri merupakan usaha untuk mencapai satu integrasi dan keseimbangan atau equilibrium batin.

b. Bentuk-bentuk Adaptasi Individu

Terdapat pembagian pada penyesuaian diri (Utami, 2022), yaitu:

1) Penyesuain diri yang positif

Individu yang mempunyai penyesuaian diri yang positif adalah mampu mengarahkan dan mengatur dorongan-dorongan dalam pikiran, kebiasaan, emosi, sikap dan perilaku individu dalam menghadapi tuntutan dirinya dan masyarakat, mampu menemukan manfaat dari situasi baru dan memenuhi segala kebutuhan secara sempurna dan wajar.

2) Penyesuaian diri yang negatif

Individu dengan penyesuaian diri yang negatif adalah tidak mampu mengarahkan dan mengatur dorongan-dorongan dalam pikiran, kebiasaan, emosi, sikap dan perilaku individu dalam menghadapi tuntutan dirinya dan masyarakat, serta tidak mampu menemukan manfaat dari situasi baru dalam memenuhi segala kebutuhan secara sempurna dan wajar (Annisa, 2023).

c. Aspek-aspek Yang Mempengaruhi Adaptasi Perilaku Individu

Aspek-aspek penyesuaian diri meliputi (Schneiders, 2008):

1) Keharmonisan diri pribadi.

Yaitu kemampuan individu untuk menerima keadaan dirinya, kemantapan suasana kehidupan emosional, kemantapan suasana kehidupan kebersamaan dengan orang lain, kemampuan untuk santai, gembira mampu dan menerima kenyataan diri sendiri.

2) Keharmonisan dengan lingkungan.

Yaitu kemampuan individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, keterlibatan dalam partisipasi sosial, kesediaan kerjasama, kemampuan kepemimpinan, sikap toleransi.

3) Kemampuan mengatasi ketegangan, konflik dan frustrasi.

Yaitu kemampuan individu untuk memenuhi kebutuhan dirinya tanpa terganggu oleh emosinya, kemudian kemampuan memahami orang lain dan keragamannya, kemampuan mengambil keputusan dan dapat mengatasi suatu permasalahan dengan tenang.

d. Dimensi dan Indikator Adaptasi Perilaku Individu

Dalam konteks psikologi, terdapat beberapa dimensi dan indikator adaptasi perilaku individu. Berikut ini beberapa dimensi beserta indikatornya beserta sumber referensi dan tahunnya (Andersen, 2023):

1) Perubahan Kognitif

Kognitif adalah sebuah istilah yang digunakan oleh psikolog untuk menjelaskan semua aktifitas mental yang berhubungan dengan persepsi, pikiran, ingatan, dan pengolahan informasi yang memungkinkan seseorang memperoleh pengetahuan, memecahkan masalah, dan merencanakan masa depan, atau semua proses psikologis yang berkaitan dengan bagaimana individu mempelajari, memperhatikan, mengamati, membayangkan, memperkirakan, menilai, dan memikirkan lingkungannya. Indikator dalam dimensi ini adalah perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, atau persepsi individu terhadap lingkungan atau situasi (Amir et al., 2018)

2) Perubahan Emosional

Menurut aliran tradisional yang dipelopori oleh G. Stanley Hall, perubahan ini terutama disebabkan oleh perubahan yang terjadi pada kelenjar-kelenjar hormonal. Indikator dalam dimensi ini adalah perubahan dalam ekspresi emosi, tingkat stres, atau kesejahteraan emosional individu dalam menghadapi situasi tertentu (Gali & Ananda, 2022).

3) Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku adalah proses perubahan yang dialami oleh seseorang berdasarkan apa yang telah didapatkan dan dipelajarinya melalui berbagai sumber seperti keluarga, teman, lingkungan ataupun diri sendiri. Indikator dalam dimensi ini adalah perubahan dalam tindakan atau respons individu terhadap situasi atau lingkungan yang baru (Gošnik D et al., 2023).

4) Perubahan Sosial

Perubahan sosial adalah perubahan dalam hubungan interaksi antar individu, organisasi atau komunitas yang bertalian dengan struktur sosial atau pola nilai dan norma. Indikator dalam dimensi ini adalah perubahan dalam interaksi sosial, dukungan sosial, atau jejaring sosial individu sebagai respons terhadap situasi atau lingkungan baru (Rianawati et al., 2024).

5) Perubahan Fisiologis

Perubahan secara fisiologis dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu perubahan lokal dan perubahan sistemik. Perubahan lokal merupakan perubahan pada organ reproduksi, sedangkan perubahan sistemik merupakan perubahan yang terjadi pada keseluruhan tubuh (Sternad, 2011). Indikator dalam dimensi ini adalah perubahan dalam fungsi fisiologis tubuh individu sebagai respons terhadap situasi atau lingkungan baru (Hansson & Abrantes, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Populasi Penelitian

Menurut (Yusuf, 2014) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar di Jawa Tengah. Menurut kepala pasar (Tarno), pasar Karangpandan memiliki jumlah pedagang sebanyak 110 orang.

Metode Pengumpulan Data

Metode kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket.

Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Indikatornya

a. Lingkungan Bisnis

Lingkungan Bisnis menurut Dill dalam (Akter & Iqbal, 2022), yaitu sebagai berikut: “Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan-keputusan perusahaan. Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja”. Indikator lingkungan bisnis disesuaikan dari (Bilro et al., 2023) yang dapat diukur melalui: Biaya bisnis, Ketersediaan tenaga kerja, Tingkat persaingan.

b. Adaptasi Perilaku Individu

Adaptasi perilaku individu adalah proses dimana individu menyesuaikan perilaku mereka dengan lingkungan atau situasi tertentu. Dimensi dan Indikator adaptasi perilaku individu sebagai berikut: 1) Perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, atau persepsi individu terhadap lingkungan atau situasi (Peimani N. & Kamalipour H., 2022), 2) Perubahan dalam ekspresi emosi, tingkat stres, atau kesejahteraan emosional individu dalam menghadapi situasi tertentu (Fatimah, 2006), 3) Perubahan dalam tindakan atau respons individu terhadap situasi atau lingkungan yang baru (Schneiders, 2008), 4) Perubahan dalam interaksi sosial, dukungan sosial, atau jejaring sosial individu sebagai respons terhadap situasi atau lingkungan baru (Schneiders, 2008), 5) Perubahan dalam fungsi fisiologis tubuh individu sebagai respons terhadap situasi atau lingkungan baru (Nur Syamsiyah & TI, 2022).

c. Uji Kualitas Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau Valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengukur sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validasi dilakukan dengan membandingkan r hitung hasil perhitungan SPSS dengan r tabel. Menurut perhitungan dan perbandingan dalam penelitian ini, diketahui bahwa data-data berdasarkan butir-butir pertanyaan variabel Solidaritas karyawan, keinginan keluar, kelelahan bekerja, kepuasan kerja, menurut hasil semua butir pertanyaan telah memenuhi uji validitas.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel | r.hitung | r.tabel | Keterangan |
|-------------------|----------|---------|------------|
| Lingkungan Bisnis | | | |
| Pernyataan 1 | 0.783 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 2 | 0.702 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 3 | 0.649 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 4 | 0.680 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 5 | 0.684 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 6 | 0.697 | 0.1874 | Valid |
| Adaptasi Perilaku | | | |
| Pernyataan 1 | 0.662 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 2 | 0.593 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 3 | 0.548 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 4 | 0.698 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 5 | 0.637 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 6 | 0.597 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 7 | 0.353 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 8 | 0.506 | 0.1874 | Valid |
| Pernyataan 9 | 0.546 | 0.1874 | Valid |

Sumber: data diolah SPSS Versi 25, 2024

2) Uji Reliabilitas

Instrument *reliable* merupakan instrumen yang apabila dipergunakan berulang kali untuk pengukuran obyek yang sama, menghasilkan data yang sama. Reliabilitas yaitu alat pengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, apabila jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu maka dapat dibilang reliabel. Butir kuesioner dikatakan *reliable* (layak) jika *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60. Berikut ini hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|-------------------|----------------|------------|
| Lingkungan Bisnis | 0,788 | Reliabel |
| Adaptasi Perilaku | 0,732 | Reliabel |

Sumber: Hasil Output SPSS 25

3) Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 110 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 4.12632312 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .059 |
| | Positive | .059 |
| | Negative | -.035 |
| Test Statistic | | .059 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel Independen | Tolerance | VIF | Keterangan |
|---------------------|-----------|-------|-------------------------|
| Lingkungan Bisnis | 1,000 | 1,000 | Bebas Multikolinearitas |

Sumber: Hasil Output SPSS 25

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

| Variabel Independen | Sig. | Keterangan |
|---------------------|-------|----------------------------------|
| Lingkungan Bisnis | 0,722 | Tidak terjadi Heterokedastisitas |

Sumber: Hasil Output SPSS 25

Tabel 6. Analisis Regresi Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 18.185 | 2.677 | | 6.792 | .000 |
| | Lingkungan Bisnis | .685 | .111 | .510 | 6.158 | .000 |

a. Dependent Variable: Adaptasi Perilaku

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Akter & Iqbal, 2022), (Amir et al., 2018), (Bilro et al., 2023), (Gali & Ananda, 2022), (Peimani N. & Kamalipour H., 2022), (Rianawati et al., 2024), yang menyatakan bahwa Lingkungan Bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Adaptasi Perilaku.

Lingkungan bisnis berperan penting dalam membentuk adaptasi perilaku individu di dalam konteks organisasi. Faktor-faktor eksternal seperti politik, ekonomi, teknologi, dan sosial yang merupakan bagian dari lingkungan umum, serta interaksi yang terjadi dengan pemasok, pelanggan, dan pesaing dalam lingkungan khusus, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara individu menyesuaikan sikap dan keputusan mereka (Kurniati, 2022). Dinamika kompleks ini mendorong individu untuk mengembangkan strategi adaptasi yang tidak hanya responsif terhadap perubahan eksternal, tetapi juga inovatif dalam menanggapi tantangan organisasional. Selain itu, interaksi yang terjalin juga mempengaruhi bagaimana individu membangun relasi interpersonal yang produktif dalam tim dan keseluruhan struktur organisasi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian data diperoleh bahwa lingkungan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap adaptasi perilaku pedagang Pasar Kaarangpandan Karanganyar Di Jawa Tengah.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adaptasi perilaku pedagang di Pasar Karangpandan, Karanganyar, Jawa Tengah, berikut beberapa rekomendasi untuk penelitian yang akan datang:

a. Studi Komparatif dengan Pasar Lain

Penelitian lebih lanjut dapat membandingkan pengaruh lingkungan bisnis terhadap adaptasi perilaku pedagang di berbagai pasar tradisional di wilayah lain. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pola adaptasi di berbagai konteks geografis dan sosial ekonomi.

b. Pengaruh Faktor Eksternal Lainnya

Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi faktor eksternal lain yang mungkin memengaruhi adaptasi perilaku pedagang, seperti kebijakan pemerintah lokal, perubahan teknologi, atau tren konsumen yang berkembang. Hal ini akan memperluas pemahaman mengenai dinamika adaptasi.

c. Peran Teknologi Digital

Mengingat perkembangan digitalisasi, penelitian lanjutan bisa mengkaji bagaimana adopsi teknologi digital oleh pedagang (misalnya, penggunaan e-commerce atau media sosial) berperan dalam meningkatkan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

d. Pengaruh Jangka Panjang

Penelitian yang memantau adaptasi perilaku pedagang dari waktu ke waktu dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mereka merespons perubahan lingkungan bisnis dalam jangka panjang dan apa dampak keberlanjutan dari adaptasi tersebut.

e. Analisis Perilaku Konsumen

Selain berfokus pada pedagang, penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh lingkungan bisnis terhadap perilaku konsumen di pasar tradisional. Bagaimana perubahan lingkungan bisnis mengubah preferensi dan pola belanja konsumen dapat menjadi pertanyaan penelitian yang relevan.

f. Pendekatan Kualitatif

Studi mendalam menggunakan pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau studi kasus, bisa dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang proses adaptasi dan tantangan yang dihadapi pedagang.

g. Faktor Sosial Budaya

Penelitian selanjutnya dapat memperdalam kajian tentang bagaimana faktor sosial budaya lokal memengaruhi cara pedagang beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

h. Pengembangan Strategi Adaptasi

Penelitian dapat berfokus pada pengembangan strategi adaptasi yang lebih efektif bagi pedagang, termasuk pelatihan dan dukungan dari pihak pemerintah atau swasta dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Dengan mengembangkan penelitian di arah ini, akan lebih banyak pemahaman yang diperoleh tentang dinamika pasar tradisional dan bagaimana pedagang dapat terus beradaptasi dalam lingkungan bisnis yang berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agapa, D. B., & Martiana, A. (2023). Mahasiswa Dogiyai di Yogyakarta: kajian tentang adaptasi dan relasi sosialnya. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 82–97. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i1.60998>
- Akter, B., & Iqbal, M. A. (2022). The Impact of Entrepreneurial Skills, Entrepreneurship Education Support Programmes and Environmental Factors on Entrepreneurial Behaviour: A Structural Equation Modelling Approach. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(2), 275–304. <https://doi.org/10.47556/J.WJEMSD.18.2.2022.6>
- Amir, R. M., Burhanuddin, B., & Priatna, W. B. (2018). The Effect of Individual, Environmental and Entrepreneurial Behavior Factors on Business Performance of Cassava SMEs Agroindustry in Padang City. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.4.1.1>
- Andersen, T. J. (2023). *Responding to Uncertain Conditions: New Research on Strategic Adaptation*. *Responding to Uncertain Conditions: New Research on Strategic Adaptation*, 1–222. <https://doi.org/10.1108/9781804559642/URN:EMERALDGROUP.COM:ASSET:ID: BINARY:9781804559642.LARGECOVER.GIF>
- Annisa, F. (2023, August 3). *3 Jenis Adaptasi pada Hewan dan Contohnya*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/RkjMaoGb-3-jenis-adaptasi-pada-hewan-dan-contohnya>
- Anshori, M., & Iswat, S. (n.d.). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

- Antara. (2024, February 1). *BPS: Ekonomi RI Alami Inflasi 0,04% pada Januari 2024*. Antara.
- Aristya Sayu, J., Yusuf Ibrahim, M., & Budjang Program Studi Pendidikan Sosiologi FKIP Untan, G. (n.d.). *ADAPTASI SOSIAL SISWA KELAS X PADA BOARDING SCHOOL SMA TARUNA BUMI KHATULISTIWA*.
- Asharhani, I. S., & Gupitasari, M. (2021). PERILAKU ADAPTASI DAN PERUBAHAN PENATAAN HUNIAN DI MASA PANDEMI COVID-19. *MODUL*, 21(2), 102–110. <https://doi.org/10.14710/mdl.21.2.2021.102-110>
- Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C., & Souto, P. (2023). *A Systematic Review Of Customer Behavior In Business-To-Business Markets And Agenda For Future Research*. 38(13), 122–142. <https://doi.org/10.1108/IBIM-07-2022-0313>
- Cahyono, E. (2023). STRATEGI PENGELOLA PASAR TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI KEBERADAAN SUPER MARKET (ANALISIS ETIKA BISNIS DALAM ISLAM). *SIBATIK JOURNAL / VOLUME*, 2(7). <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i7.1075>
- CIMB Niaga. (n.d.). *Memahami Apa Itu Pasar Modern, Ciri-ciri, dan Contohnya*. Cimb Niaga Tbk.
- Ekonomi Berkelanjutan, P., Widyaningrum, B., Roro Suci Nurdianti, R., Ekonomi, P., & Keguruan dan, F. (2022). *Webinar dan Call for Paper Fakultas Ekonomi Universitas Tidar 2022 Teori Manajemen Perubahan Kurt Lewin: Kajian dalam Menghadapi Disrupsi Pendidikan Post-Covid 19* (Vol. 19). <http://jurnal.untidar.ac.id>
- Farisi. (2020). *Dinamika Perubahan Lingkungan Bisnis*.
- Fatimah, E. (2006). *Psikologi Perkembangan (perkembangan peserta didik)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Gali, V. B., & Ananda, A. (2022). *Impact of Environmental Factors on Entrepreneurial Behaviour of Street Food Vendors*. 11(3), 1–6.
- Gošnik D, Kavčič K, Meško M, & Milost F. (2023). *Relationship between Changes in the Business Environment, Innovation Strategy Selection and Firm's Performance: Empirical Evidence from Slovenia*. *Administrative Sciences*. 13(4), 99. <https://doi.org/10.3390/admsci13040099>
- Gunawan, I. (n.d.). *Mengapa Perekonomian Tidak Bisa Sepenuhnya Diserahkan Kepada Pasar atau Pihak Swasta? Kerja Sama Pemerintah Dengan Badan Usaha Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Hanggari, T., Rini, C., Fakdawer, E., & Tumana, R. J. (2021). Peran Perencanaan Strategi dalam Memediasi Pengaruh Kompleksitas Lingkungan terhadap Kinerja Usaha Menengah di Kabupaten Sorong. In *FAIR: FINANCIAL & ACCOUNTING INDONESIAN RESEARCH* (Vol. 1, Issue 1).

- Hansson, C., & Abrantes, B. F. (2023). *Strategic Adaption (Capabilities) and the Responsiveness to COVID-19's Business Environmental Threats*. In: Abrantes, B.F., Madsen, J.L. (eds) *Essentials on Dynamic Capabilities for a Contemporary World. Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-34814-3_1
- Hidayat, A. A. (2015). *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif* (Aulia, Ed.; 1st ed.). Health Books.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (1 cetakan 4). PT Raja Grafindo Persada.
- Humas. (2022). *Indonesia Negara Agraris dan Maritim, tapi Banyak Petani dan Nelayan Belum Sejahtera*. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.
- Jhohari, Raihan, Tarihoran, S. J., Lie, K. J., & Christiani, G. (2022). Analisis External Environment Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Ilmu UNTAG Semarang*, 11(2).
- Kurniati, N. (n.d.-a). ANALISA LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN. In *Pusdansi.org* (Vol. 2, Issue 3).
- LSPR. (2023). *Perubahan Lingkungan Bisnis: Langkah dan Kemampuan yang Harus Dimiliki*. LSPR Institute of Communication and Business.
- Maulana, A. W., Rochdiani, D., & Sudrajat. (2020). ANALISIS AGROINDUSTRI TAHU (Studi Kasus Desa Cisadap). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(1), 237–243
- Mellita, D., & Elpanso, E. (2020b). *Model Lewin Dalam Manajemen Perubahan: Teori Klasik Menghadapi Disrupsi Dalam Lingkungan Bisnis* (Vol. 19, Issue 2).
- Nilava, I., & Fauzi, A. (n.d.). *Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri Islamic Business Ethics In Buying and Selling Transactions at Ngronggo Traditional Market Kediri City*. <http://https://ejournal.iaitribakti.ac.id/index.php/perbankan>
- Nur Syamsiyah, S. T., & TI, M. (2022). *Lingkungan organisasi. Manajemen Strategik*. 39.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. www.sibuku.com
- Peimani N., & Kamalipour H. (2022). *Informal Street Vending: A Systematic Review*. *Land*, 11(6), 829. <https://doi.org/10.3390/land11060829>
- Rahmawan, A. (2019). Analisis Deskriptif Harmonisasi Pasar. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Rianawati, Y., Pradja, N. S., Jumantini, E., & Mulyati, S. (2024). *The Influence Of Business Environment On Entrepreneurial Behavior Through Motivation*. . 29–42.
- Riyanto, A. (2018). Utilization of Information and Communication Technology Usage in Supporting Business Activities. *Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer, UNIKOM Bandung*.

- Schneiders, A. A. (2008). *Personal Adjustment and Mental Health*. New York: Holtt. *Renchart and Winston Inc.*
- Siregar, M. U., Hassan, S. M., & A., H. (2022). Adaptasi Ruang Komunal terhadap Perilaku Penghuni Rusunawa Kabupaten Asahan. *Temu Ilmiah Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia (IPLBI)*.
- Sternad, D. (2011). *The strategic adaptation process: a literature review*. In: *Strategic Adaptation*. Springer, Vienna. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0455-2_3
- Utami, S. N. (2022). *Adaptasi Perilaku: Pengertian dan Contohnya*. Kompas.Com. https://www.kompas.com/skola/read/2022/09/15/103000769/adaptasi-perilaku--pengertian-dan-contohnya#google_vignette
- Widiyanto, R. (2009). *Indonesia Culture*.
- Wiryawinata, A. W. (2022). Lingkungan Bisnis: Pengertian, Jenis, dan Manfaat Memahami Lingkungan Bisnis. *Mekari Jurnal*.
- Yola Amalia, M., & Kristina, A. (2021). Adaptasi Lingkungan Bisnis Saat Pandemi Covid 19 (Studi Pada UMKM Ledre Di Desa Padangan, Bojonegoro-Jawa Timur). *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 6(3), 84–94. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i3.16724>
- Yusuf, M. (2014). *Metodologi Penelitian (I)*.