



BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance

Volume 3 Issue 2, 2025 Page 987-994

Doi: <https://doi.org/10.70437/benefit.v3i1.1256>

# Strategi SWOT dalam Melestarikan Kuliner Tradisional Sebagai Identitas Daerah Di Era Moderen

Yeri Resika<sup>1✉</sup>, Moliza Gusriani

(1)Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang

(2)STIK Bina Husada Palembang

✉Corresponding author

[resikabahrinnur@gmail.com](mailto:resikabahrinnur@gmail.com)

## Abstrak

Pempek merupakan kekayaan kuliner yang cukup dikenal oleh masyarakat luas. Makanan khas berasal dari Palembang ini telah menjadi ikon kuliner Indonesia. Artikel ini menganalisis pempek menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menilai potensi dan tantangan dalam pengembangan serta pelestarian pempek sebagai produk budaya dan komoditas ekonomi. Deskriptif kualitatif sebagai metode yang digunakan dengan mengacu pada studi literatur dan observasi ke lapangan. Hasil penelitian di lapangan ditemukan bahwa pempek memiliki kekuatan yang ditunjukkan melalui cita rasa unik dan nilai gizi tinggi, namun masih menghadapi tantangan seperti ketergantungan pada bahan baku ikan tertentu. Peluang terbuka luas melalui inovasi produk dan pemasaran digital, meskipun persaingan pasar makanan modern menjadi ancaman signifikan.

Kata Kunci: Pemasaran; Pempek; SWOT; UMKM;

## Abstract

Pempek is a traditional food originating from Palembang, South Sumatra, and has become an Indonesian culinary icon. This article analyzes pempek using a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach to assess the potential and challenges in developing and preserving pempek as a cultural product and economic commodity. The method of this research used by descriptive qualitative from literature review and observation. The analysis shows that pempek possesses strengths in its unique flavor and high nutritional value, but still faces challenges such as dependence on certain fish ingredients. Opportunities are wide open through product innovation and digital marketing, although competition from the modern food market poses a significant threat.

Keywords: Marketing; Pempek; SWOT; MSMEs;

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beragam kekayaan kuliner tradisional yang mencerminkan identitas budaya setiap daerah. Keanekaragaman makanan yang berasal dari berbagai daerah memiliki cita rasa yang berbeda-beda serta memiliki keunikan tersendiri sesuai dengan asal tertentu. Pempek merupakan satu dari sekian banyak makanan tradisional yang cukup di gemari oleh masyarakat luas. Dengan asal dari Kota Palembang, pempek berhasil menjadikan Kota Palembang dijuluki Kota Pempek. Makanan ini sangat mudah di temui di setiap sudut di Kota Palembang, dengan bahan dasar tepung tapioka dan rempah-rempah lainnya yang dicampur dan diolah menggunakan ikan. Pada umumnya, pempek terbuat dari bahan dasar ikan segar yang sudah dihaluskan atau digiling dan dengan dicampur bahan lainnya seperti sagu dan telur. Pempek juga memiliki jenis yang lain, jenis pempek ini bahan dasarnya bukan dari ikan, melainkan dari tepung tapioka dan campuran bahan tambahan lainnya seperti bumbu penyedap, daun bawang dan pepaya muda. Pempek yang dimaksud pada umumnya di Kota Palembang disebut "pempek dos" (Widyaningrum, 2020). Kualitas produk yang baik selalu diutamakan demi menembus pangsa pasar yang lebih luas lagi. Kualitas produk yang baik perlu diberikan standar kualitas, baik dari segi pemilihan bahan baku terbaik maupun standar proses pembuatan dan penjualan produk tersebut, ini bertujuan agar pempek dapat dinikmati setiap lapisan masyarakat baik lokal maupun masyarakat yang lebih luas lagi pada umumnya. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pembelian (Resika, 2023).

Mengingat banyaknya pesaing dalam bidang makanan ini penjual perlu melakukan

berbagai hal untuk dapat bertahan dan bersaing, salah satu persoalan yang utama adalah pemasaran. Tjiptono & Diana (2020) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa serta ide gagasan guna memfasilitasi hubungan-hubungan pertukaran yang bertujuan untuk memuaskan para pelanggan serta untuk menciptakan dan mengembangkan hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan yang terdapat pada lingkungan yang dinamis.

Pempek menjadi salah satu kuliner tradisional yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Di Palembang sendiri penyajian pempek juga bermacam-macam, salah satunya yaitu pempek dengan penyajian terbuka biasanya masyarakat Palembang menyebutnya pempek tumpah. Di tengah arus globalisasi dan modernisasi, pelestarian serta pengembangan makanan tradisional menjadi tantangan sekaligus peluang. Persaingan industri penjualan pempek sangatlah pesat mengingat pempek termasuk dalam daftar makanan terenek di dunia. Persaingan yang terjadi saat ini tidak saja bersifat konvensional tetapi juga persaingan revolusioner dampak dari perkembangan teknologi yang ada (Widiyono & Hakim, 2018). Oleh karena itu, pendekatan SWOT digunakan untuk menganalisis posisi strategis pempek dalam konteks budaya dan ekonomi.

Strategi analisis SWOT merupakan model perencanaan strategis guna mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi suatu usaha baik secara internal maupun eksternal. SWOT sendiri adalah akronim dari *Strengths* yaitu kekuatan; *Weaknesses* yaitu kelemahan; *Opportunities* yaitu peluang; dan juga *Threats* yaitu ancaman. Metode ini sangat populer karena kemudahannya dalam menggambarkan situasi bisnis secara menyeluruh. Rangkuti (2017) menyatakan bahwa ada faktor-faktor strategi analisis SWOT yang dapat dikombinasikan sehingga menciptakan strategi baru. Strategi-strategi tersebut antara lain adalah 1.) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), 2.) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), 3.) Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan 4.) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*).

Pempek tumpah yang berlokasi di Pasar 16 Ilir Kota Palembang sangat ramai dikunjungi oleh berbagai kalangan. Terlebih sudah cukup banyak yang memviralkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ini di media sosial seperti Video Tiktok dan Reels Instagram. Semakin dikenal banyak masyarakat semakin bertambah juga masyarakat yang mencoba peruntungan dengan berdagang pempek tumpah. Pempek tumpah yang tadinya hanya dikenal oleh masyarakat hanya berlokasi di Pasar 16 Ilir Kota Palembang, sekarang sudah merambah di lokasi lain. Seperti

pempek tumpah yang ada di pusat kuliner Simpang Lima Jalan R.A. Abusamah Kota Palembang.



Gambar 1. Pempek Tumpah di Jalan R.A. Abusamah Palembang

Penjualan pempek tumpah masih dilakukan dengan cara tradisional. Pempek disajikan diatas meja yang dikeliling kursi pelanggan yang ketika pelanggan datang akan diberi mangkuk kecil isi cuko dan pempek bebas diambil oleh pelanggan. Penikmat pempek juga bukan hanya masyarakat Kota Palembang, penikmat pempek sudah meluas sampai ke luar kota Palembang. Penikmatnya pun meluas, dari turis domestik, mancanegara, selebriti, hingga tokoh politik nasional. Mereka semakin antusias mencobanya saat tahu harga pempek itu sangat terjangkau. Dipatok harga serba seribu rupiah per butir untuk pempek yang berukuran kecil, sementara pempek ukuran besar Rp 6.000 per butir.

Pempek sebagai makanan tradisional khas Palembang tentunya memiliki peluang yang sangat besar untuk dilestrarikan di era yang serba digital ini. Penjualan yang tradisional di era yang modern perlu ditingkatkan guna memperluas pangsa pasar, untuk itu diperlukan berbagai strategi yang tepat, guna melestrarikan panganan tradisional ini agar panganan ini dapat dinikmati oleh Masyarakat luas bukan hanya warga lokal Palembang. Analisis SWOT bagi pelaku usaha dapat digunakan untuk merancang strategi yang realistis dan aplikatif, serta mampu mengantisipasi tantangan yang mungkin muncul di masa depan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam mengenai kondisi usaha Pempek Tumpah. Pada dasarnya penelitian dengan cara deskriptif menjelaskan tentang masalah-masalah yang terdapat dalam lingkungan masyarakat dan juga kebiasaan hidup yang

ada di masyarakat serta keadaan tertentu, termasuk juga perihal hubungan, kegiatan dan sikap, cara pandangan serta proses yang sedang berlangsung dan termasuk juga pengaruh suatu fenomena (Nazir, 2014). Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena berdasarkan perspektif subjek yang diteliti. Oleh karena itu, pendekatan ini sangat sesuai untuk menganalisis persepsi dan strategi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis Pempek Tumpah.

Penelitian ini juga menggunakan sumber rujukan berupa sumber tercetak dan sumber elektronik. Sumber yang tercetak merupakan sumber informasi dengan wujud tercetak, berupa fisik yang berasal dari sumber informasi tersebut dapat di pegang, seperti contoh buku referensi dan laporan dari objek penelitian. Sumber elektronik adalah sumber informasi dalam bentuk digital yang dapat di baca menggunakan alat baca buku digital, jurnal repository, dan artikel elektronik (Hartinah, 2018).

Penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu fenomena, situasi, atau kondisi yang ada pada suatu objek penelitian (Arikunto, 2019). Batasan masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu terfokus kepada usaha pempek tumpah yang ada di Pasar 16 Ilir Palembang. Pemilihan waktu penelitian disesuaikan dengan ketersediaan informan dan kondisi lapangan agar pelaksanaan penelitian berjalan efektif.

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan pendekatan SWOT dengan tujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi eksistensi dan perkembangan pempek. Sumber informasi yang diwawancarai oleh peneliti terdiri dari: Pemilik usaha Pempek Tumpah, pegawai usaha, dan konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada ragam jenis pempek yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat, seperti pempek isi telur kecil, lenjer, adaan, kulit, pistel, dan pempek kapal selam (pempek telur besar) yang dibedakan berdasarkan bentuk dan isian. Proses pembuatannya meliputi pengolahan ikan menjadi adonan, pencampuran dengan sagu dan bumbu, pembentukan adonan, perebusan, dan penggorengan.

Dari segi gizi, pempek mengandung protein tinggi dari ikan tenggiri atau gabus, karbohidrat dari tepung sagu (tapioka), serta sejumlah lemak dan mineral. Cuko sebagai pelengkap mengandung antioksidan dari bawang putih dan anti-inflamasi dari cabai. Pempek juga berperan sebagai komoditas ekonomi, baik dalam pasar lokal maupun ekspor. Banyak UMKM mengembangkan bisnis pempek dengan inovasi seperti pempek instan dan varian beku.

## ANALISIS SWOT

Penelitian yang telah dilakukan dilapangan memberikan hasil yang cukup nyata untuk menunjang pengembangan melestarikan makanan tradisional di era moderen ini, Analisis SWOT dapat memberikan gambaran yang cukup signifikan guna membantu UMKM di Kota Palembang terutama pelaku usaha pempek tumpah dalam melestarikan kuliner lokal. Hasil tersebut dirangkum sebagai berikut:

### a. *Strengths* (Kekuatan)

- Pempek memiliki cita rasa unik dan khas yang disukai oleh berbagai kalangan.
- Nilai gizi tinggi, terutama kandungan protein dari ikan.
- Reputasi sebagai ikon kuliner Palembang yang telah dikenal luas.
- Ragam varian pempek yang menarik dan menggugah selera

### b. *Weaknesses* (Kelemahan)

- Ketergantungan pada bahan baku ikan tertentu seperti tenggiri.
- Proses produksi yang masih banyak bergantung pada keterampilan manual.
- Daya tahan produk terbatas, terutama tanpa pengawet.
- Kurangnya standarisasi kualitas di kalangan produsen kecil.

### c. *Opportunities* (Peluang)

- Pasar kuliner tradisional yang terus berkembang, baik lokal maupun global.
- Potensi ekspor makanan beku atau instan.
- Dukungan pemerintah terhadap industri kreatif dan UMKM.
- Pemanfaatan platform digital untuk pemasaran dan distribusi.

### d. *Threats* (Ancaman)

- Persaingan dengan makanan cepat saji modern dan makanan asing.
- Fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku ikan.
- Perubahan selera konsumen generasi muda.
- Isu kesehatan dan keamanan pangan yang dapat memengaruhi persepsi konsumen.

## STRATEGI PENGEMBANGAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pengembangan pempek tumpah dapat dilakukan dengan cara, antara lain:

- Melakukan Inovasi produk seperti pempek beku, pempek instan, dan variasi rasa baru.

Inivasi demikian dapat memberikan alternatif kepada konsumen yang mungkin terkendala jarak untuk mendapatkan pempek tumpah, memiliki selera dalam hal rasa, dan penyimpanan produk ketika belum ingin disantap.

- Pelatihan bagi produsen untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi. Pelatihan demikian dimaksudkan guna memberikan pengetahuan dan wawasan yang mumpuni terkait usaha yang digeluti agar semakin mendapatkan kepercayaan oleh masyarakat.
- Penguatan branding pempek sebagai warisan budaya. Ditujukan untuk memberikan kesan-kesan tertentu kepada masyarakat mengingat semakin beranekaragamnya kuliner-kuliner moderen yang mudah dijangkau oleh masyarakat.
- Pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* untuk memperluas pasar saat ini sudah mulai gencar dilakukan. Hal ini perlu diperkuat mengingat teknologi yang semakin maju dapat dengan mudah memperkenalkan produk pempek tumpah ke masyarakat yang lebih luas lagi. Melakukan ekspansi pasar yang lebih luas dengan gencar meningkatkan kegiatan promosi di media cetak maupun internet supaya lebih dikenal dan menarik pelanggan (Samudra & H.N., 2022).

## SIMPULAN

Pempek memiliki potensi besar sebagai produk kuliner yang tidak hanya lezat tetapi juga bergizi dan bernilai budaya. Pempek tumpah memberikan corak unik yang turut meramaikan industri penjualan pempek. Melalui analisis SWOT, dapat disusun strategi pengembangan pempek tumpah yang tepat untuk menjaga kelestariannya sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus sektor pariwisata. Kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat sangat dibutuhkan untuk menjadikan pempek sebagai produk unggulan yang berdaya saing tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Hartinah, S. (2018). *NoMetode Penelitian Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia.
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia.
- Resika, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Palembang. *Majalah Ilmiah Manajemen*, 12(3), 22–31.
- Samudra, I. A., & H.N., R. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Analisis SWOT pada PT. Nusantara Logistic Sejahtera. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2),

551–557.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.

Widiyono, & Hakim, L. N. (2018). *Manajemen Strategi & Isu-Isu Kekinian*. Mitra Wacana Media.

Widyaningrum. (2020). *Makanan Khas Palembang*. Universitas Diponegoro.