



## INOVASI TEKNOLOGI UNTUK MENCIPTAKAN DAYA SAING UMKM KULINER DI KOTA PALEMBANG

### *TECHNOLOGY INNOVATION TO CREATE CULINARY UMKM COMPETITIVENESS IN PALEMBANG CITY*

**Amar Makruf<sup>1</sup>, Bora Alviolesa<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup>Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : [amarmakruf@gmail.com](mailto:amarmakruf@gmail.com)<sup>1</sup>, [bora.alviolesa@gmail.com](mailto:bora.alviolesa@gmail.com)<sup>2</sup>

---

Article history :

Received : 05-01-2025

Revised : 07-01-2025

Accepted : 09-01-2025

Published : 11-01-2025

**Abstract**

*Innovation has an influence in creating a company's competitiveness, in this case especially Micro, Small and Medium Enterprises. MSMEs that have high competitiveness will be able to survive and dominate the market. This study aims to determine whether MSMEs have innovated their businesses and the ability of technological innovation to create company competitiveness. This study was conducted through in-depth interviews and observations of several MSMEs engaged in the culinary field. Data obtained from the results of observations and interviews show that many MSMEs have not maximized the innovation process in their businesses and are still sticking to the old way. Based on the results of the study, policy recommendations were made, including making products with modern equipment, diversifying and varying products, creating added value and conducting regular promotions by maximizing the role of social media..*

**Keywords :** *Competitiveness, Innovation, Culinary MSMEs*

---

### **Abstrak**

Inovasi berpengaruh dalam menciptakan daya saing suatu perusahaan, dalam hal ini khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM yang mempunyai daya saing yang tinggi akan mampu bertahan dan menguasai pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah UMKM telah melakukan inovasi terhadap usahanya dan kemampuan inovasi teknologi untuk menciptakan daya saing perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan observasi yang mendalam kepada beberapa UMKM yang bergerak pada bidang kuliner. Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa banyak UMKM yang masih belum memaksimalkan proses inovasi dalam usahanya dan masih bertahan dengan cara lama. Berdasarkan hasil penelitian dibuat rekomendasi kebijakan di antaranya membuat produk dengan peralatan modern, melakukan diversifikasi dan variasi produk, menciptakan nilai tambah dan melakukan promosi secara berkala dengan memaksimalkan peran media sosial.

**Kata Kunci :** *Daya Saing, Inovasi, UMKM Kuliner.*

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia, di antaranya tiga yang terpenting yaitu perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi



produktif. Dari segi perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, UKM telah menyerap tenaga kerja sebanyak 117 juta orang dari 64,2 juta unit usaha yang ada di Indonesia (Sumber Kementerian Koperasi dan UKM, 2018). Dari segi pendapatan Produk Domestik Bruto, UMKM merupakan penyumbang pendapatan terbanyak yaitu sebesar 60% lebih besar dari unit usaha besar yakni 40%. Berfungsi sebagai penyedia jaring pengaman perekonomian Indonesia, UMKM sudah tidak diragukan lagi kiprahnya, terbukti UMKM mampu bertahan dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998 dan tahun 2008. Namun pada kondisi pandemik covid-19 ini UMKM mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan, pandemik Covid-19 ini menyebabkan 500 ribu orang kehilangan pekerjaan dan 47% UMKM bangkrut (Studi dari Kementerian Koordinator Perekonomian, 2020)

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM harus dapat diatasi agar dapat bertahan di tengah pandemik yang belum bisa dipastikan kapan akan selesai. Diperlukan strategi yang tepat agar UMKM dapat bertahan dan memiliki daya saing di era pandemik ini. Untuk menghasilkan UMKM yang berdaya saing menurut Russell dan Millar (2014) ada lima komponen competitive priority, yaitu Cost (Biaya), Quality (Mutu), Flexibility (Fleksibilitas), Delivery (Pengiriman) dan Inovation (Inovasi).

Kunci keberhasilan setiap usaha adalah pada keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing digambarkan suatu strategi benefit perusahaan untuk kerja sama menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya (Sugiyarti, 2015). Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik (Lee & Chu, 2011). Semua bagian yang ada di dalam organisasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktivitas dapat menjadi keunggulan bersaing.

Jantunen, (2005) mengungkapkan bahwa inovasi yang menarik perhatian dan menggugah keterlibatan konsumen cenderung terdapat pada teknologi yang mudah dipahami cara penggunaannya dan efek kegunaan teknologi tersebut. Teknologi merupakan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan strategi bersaing dan berkemampuan melakukan inovasi. Dalam hal ini perusahaan dapat mengembangkan jaringan, memperluas pangsa pasar, memperkenalkan produk terbaru, dan melakukan inovasi, misalnya menggunakan jaringan website atau laman perusahaan untuk meningkatkan layanan secara online dan menjangkau komunitas.

UMKM yang memiliki keunggulan bersaing dari beberapa faktor yang telah dikemukakan dipastikan akan meningkat efektivitas dan efisiensi kinerjanya. Berdasarkan wawancara dan kuesioner dari beberapa UMKM kuliner di kota Palembang, UMKM kuliner di Kota Palembang rata-rata sudah memiliki semua komponen tersebut tapi belum efektif dalam menggunakannya. Untuk itu, UMKM kuliner di Kota Palembang harus lebih mengkaji lebih dalam lagi dimensi tersebut. UMKM yang ada di Palembang juga harus mempunyai competitive priority, agar bisa berdaya saing. Salah satu competitive priority yang cocok pada saat kondisi pandemik ini adalah dengan memaksimalkan faktor inovasi. Inovasi memainkan peran penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan di dalam kondisi persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang inovatif akan mampu beradaptasi dan merespons dengan lebih baik terhadap perubahan kondisi pasar. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran inovasi teknologi dalam menciptakan daya saing pada UMKM kuliner di kota Palembang.



## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain kualitatif. Dalam penelitian ini melakukan wawancara mendalam terhadap informan. Informan dalam penelitian ini adalah manajer UMKM kuliner, baik pemilik UMKM ataupun seseorang yang dipercaya mengelola UMKM tersebut. Wawancara mendalam dilakukan untuk memberikan informasi mengenai penerapan inovasi teknologi dalam pengembangan usaha. Suryana (2013) menyatakan bahwa inovasi merupakan kreasi yang lebih baik atau lebih efektif tentang produk, proses, pelayanan, teknologi, atau ide-ide yang telah tersedia untuk keperluan pasar. Inovasi memiliki pengukuran yang diperoleh atas jawaban responden terhadap wawancara melalui indikator: pengembangan produksi, pengembangan produk, pemasaran produk.

Pengembangan produksi meliputi penggunaan peralatan yang lebih modern dalam proses produksi dan membuat variasi-variasi baru dari produk yang dihasilkan, produk tersebut harus sesuai dengan kebutuhan pasar (Muhardi, 2007). Pengembangan produk dilakukan dengan cara melakukan inovasi yang mempunyai nilai tambah yang tinggi (Delmayuni et, al 2017). Inovasi didefinisikan sebagai pengenalan produk dan proses baru (Dangayach & Deshmukh, 2001) sehingga bisa mengurangi tingkat kerugian akibat berubah-ubahnya harga bahan baku dan menghadapi persaingan dengan usaha sejenis. Pemasaran produk dilakukan dengan cara meningkatkan dan melakukan promosi serta melakukan pemilihan tempat penjualan yang strategis. Promosi adalah kegiatan yang memberikan informasi atau mengingatkan konsumen mengenai produk atau merek (Madura, 2001), promosi dilakukan secara berkelanjutan untuk memperluas pangsa pasar. Melakukan pemilihan tempat penjualan yang strategis di mana menurut (Tarigan, 2006) syarat utama dalam sebuah lokasi itu adalah aksesibilitas yaitu tingkat kemudahan di dalam mencapai dan menuju arah suatu lokasi yang ditinjau dari lokasi sekitarnya.

Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dan observasi langsung pada pemilik dan karyawan UMKM kuliner di Kota Palembang. Diawali peneliti mengajukan pertanyaan penelitian dan menjawabnya secara induktif . jawaban dari pertanyaan ini akan menghasilkan suatu simpulan. Dari proses Analisa data yang berasal dari wawancara ini beserta analisisnya akan didapat perbedaan dan persamaan, dan pola yang menjadi dasar untuk pembuktian dari pernyataan atau kesimpulan dari temuan yang diambil.

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Palembang dengan mengambil sampel 16 UMKM kuliner yang terbagi dengan jenis kuliner yaitu: Kuliner Pempek Palembang, Kuliner Model dan Tekwan dan Kerupuk/Kemplang Palembang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini penjelasan langsung tentang hasil wawancara yang dapat disimpulkan dan temuan-temuan lainnya tentang penerapan Inovasi Teknologi

Jenis Kuliner	Aktivitas	Hasil	Kesimpulan
Kuliner Pempek Palembang	pengembangan produksi, pengembangan produk, pemasaran produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses Produksi dengan tenaga manusia dan dengan teknologi sederhana. Bahan baku utama ikan tenggiri.</li> <li>• produk yang diproduksi adalah pempek dengan berbagai jenis bentuk seperti</li> </ul>	Peningkatan penggunaan peralatan pembuatan produk sehingga berbagai variasi produk dapat dilakukan dengan efisien dan efektif melalui



		<p>pepek telur, pepek lenjer, pepek adaan, pepek tahu, pepek lenggang, pepek panggang</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• proses promosi masih dari mulut ke mulut, dan hanya beberapa menggunakan <i>social media</i>, belum menggunakan laman (<i>website</i> sendiri)</li> </ul>	<p>penggunaan peralatan yang lebih modern.</p> <p>Untuk inovasi produk dilakukan dengan cara menambah variasi, diversifikasi dan inovasi kemasan dari produk yang dihasilkan.</p> <p>Untuk mendapatkan pasar yang luas dan loyalitas pelanggan, maka dilakukan promosi secara tetap dan berkala</p>
Kuliner Model dan Tekwan	<p>pengembangan produksi, pengembangan produk, pemasaran produk.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses Produksi dengan tenaga manusia dan dengan teknologi sederhana. Bahan baku utama ikan tenggiri.</li> <li>• Produk yang diproduksi adalah model dan tekwan yang terbuat dari gandum dan ikan.</li> <li>• Proses promosi masih dari mulut ke mulut, dan hanya beberapa menggunakan <i>social media</i>, belum menggunakan laman (<i>website</i> sendiri)</li> </ul>	<p>Peningkatan penggunaan peralatan pembuatan produk sehingga berbagai variasi produk dapat dilakukan dengan efisien dan efektif melalui penggunaan peralatan yang lebih modern.</p> <p>Untuk inovasi produk dilakukan dengan cara menambah variasi, diversifikasi dan inovasi kemasan dari produk yang dihasilkan.</p> <p>Untuk mendapatkan pasar yang luas dan loyalitas pelanggan, maka dilakukan promosi secara tetap dan berkala</p>
Kerupuk/Kemplang Palembang	<p>pengembangan produksi, pengembangan produk, pemasaran produk.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses Produksi dengan tenaga manusia dan dengan teknologi sederhana. Bahan baku utama ikan tenggiri.</li> <li>• Produk yang diproduksi adalah kerupuk/kemplang dengan berbagai jenis, ada yang dibakar dan digoreng.</li> </ul>	<p>Peningkatan penggunaan peralatan pembuatan produk sehingga berbagai variasi produk dapat dilakukan dengan efisien dan efektif melalui penggunaan peralatan yang lebih modern.</p>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• proses promosi masih dari mulut ke mulut, dan hanya beberapa menggunakan <i>social media</i>, belum menggunakan laman (<i>website</i> sendiri)</li> </ul>	<p>Untuk inovasi produk dilakukan dengan cara menambah variasi, diversifikasi dan inovasi kemasan dari produk yang dihasilkan.</p> <p>Untuk mendapatkan pasar yang luas dan loyalitas pelanggan, maka dilakukan promosi secara tetap dan berkala</p>
--	--	--	--

Produk makanan yang dihasilkan oleh UMKM di Kota Palembang sebagian besar adalah berbahan baku ikan tenggiri. UMKM sektor kuliner mencapai 80% dari total keseluruhan UMKM di Kota Palembang. UMKM tersebut sebagian besar merupakan usaha perorangan yang memiliki karyawan 2-7 orang dengan sistem upah harian. Produk kuliner sebagai ikon khas Palembang yang banyak digarap oleh UMKM adalah pempek, model dan tekwan dan kerupuk kemplang.

Hampir 90% produk yang diproduksi adalah pempek dengan berbagai jenis bentuk seperti pempek telur, pempek lenjer, pempek adaan, pempek tahu, pempek lenggang, pempek panggang, dan lain-lain. Jenis makanan lainnya yang diproduksi oleh UMKM kuliner di Kota Palembang adalah mie celor dan rujak mie. Pengolahan produk khususnya pempek lebih mengandalkan tenaga manusia dengan memperhatikan proses yang higienis dan pengawasan mutu yang ketat, terutama bahan baku ikan. Dalam hal ini, ikan yang digunakan harus segar. Daya tahan pempek sekitar satu minggu jika tidak dimasukkan ke dalam freezer, sedangkan pempek kering dan kerupuk bisa tahan lama sampai tiga bulan. Pada kemasan produk biasanya disertakan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen, seperti informasi komposisi bahan baku produk, tanggal produksi, tanggal kadaluwarsa, dan cara memasaknya bagi yang produk kering (khusus Model dan Tekwan)

Proses penelitian dilakukan pada UMKM yang berlokasi jalan D.I Panjaitan (Plaju). Lalu di sentra kuliner pasar 26 ilir dan UMKM yang berlokasi di Maskarebet (Kelurahan Alang-alang Lebar) UMKM yang memproduksi dan menjual pempek dengan berbagai jenis, serta kerupuk dan kemplang. Konsumen dapat menikmati makanan tersebut di tempat atau dibawa sebagai oleh-oleh. Pada area pemasaran lokal, umumnya UMKM menggunakan spanduk di depan tempat usahanya sebagai penanda yang bertuliskan nama UMKM dan produk yang dijual.

## KESIMPULAN

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa banyak UMKM yang masih belum memaksimalkan proses inovasi dalam usahanya dan masih bertahan dengan cara lama. Pembuatan produk masih tradisional dengan menggunakan teknologi yang masih sederhana dan tenaga manusia. Berdasarkan hasil penelitian dibuat rekomendasi kebijakan di antaranya menetapkan beberapa cara alternatif seperti peningkatan penggunaan peralatan



pembuatan produk sehingga berbagai variasi produk dapat dilakukan dengan efisien dan efektif melalui penggunaan peralatan yang lebih modern.

Terkait produk yang dihasilkan, cara yang dapat dilakukan adalah membuat inovasi produk baru bernilai tambah tinggi untuk dapat bersaing sesama UMKM kuliner Kota Palembang. Untuk inovasi produk dilakukan dengan cara menambah variasi, diversifikasi dan inovasi kemasan dari produk yang dihasilkan. Diversifikasi produk dilakukan dengan mengolah produk menjadi olahan bernilai tambah tinggi, sedangkan inovasi kemasan produk dengan mengubah tampilan kemasan menjadi lebih menarik. Diharapkan cara ini dapat memberikan daya tarik tersendiri untuk konsumen dan mengatasi persaingan dengan usaha sejenis.

Pengembangan UMKM kuliner berdaya saing Kota Palembang harus dilakukan dengan cara meningkatkan kegiatan promosi. Untuk mendapatkan pasar yang luas dan loyalitas pelanggan, maka dilakukan promosi secara tetap dan berkala. Promosi yang dilakukan harus mengoptimalkan penggunaan teknologi internet seperti website dan social media yang telah ada. Promosi dengan memasang iklan di social media seperti Instagram dilakukan secara tetap dan berkala sehingga konsumen ingat akan produk yang ditawarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dangayach, G.S., Deshmukh, S.G. (2001). Manufacturing strategy, literature review and some issues. *International Journal of Operations and Production Management*, 21(7), 884-932.
- Delmayuni, A., Hubeis, M., Cahyadi, E.R. (2017). Strategies to Increase the Competitiveness of Food's Small Medium Enterprises (SMEs) in Palembang. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, VOL.11 NO.1.
- Hubeis, M., dkk. (2015). *Strategi Pengembangan UMKM Pangan yang Berdaya Saing di Indonesia*. LPPM IPB, 978-602-8853-27-9.
- Jantunen, A. (2005). Knowledge-processing capabilities and innovative performance: an empirical study. *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 336-349. <https://doi.org/10.1108/14601060510610199>
- Lee, T., & Chu, W. (2011). Entrepreneurial orientation and competitive advantage: The mediation of resource value and rareness. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12797-12809. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1179>
- Madura, J. (2001). *Pengantar Bisnis. Jilid Dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhardi. (2007). *Strategi Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Russell, S., H. Millar. (2014). Competitive Priorities of Manufacturing Firms in the Caribbean. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Canada (US): Saint Mary's University.
- Sugiyarti, G. (2015). Membangun Keunggulan Bersaing, Produk melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 5, 111-123



Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif (Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang)*. Jakarta: Salemba Empat.

Tarigan,R. (2006). *Perencanaan Pembangunan wilayah*. Jakarta: Bumi Aksara.