



JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

Vol. 01 No. 06 Tahun 2025

ISSN Media Elektronik: 3047 888x

Analisis Strategi Bertahan UMKM Kuliner Tradisional Di Tengah Gempuran Franchise Di Kota Makassar



Afdion Inesta

Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Yulianabila Putri Ramli

Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Muh.Naufal Fatih

Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar, Indonesia

A Fadel Muhammad

Program Studi Magister Ilmu Manajemen universitas Padjadjaran, Indonesia

yulianabilaputriramli7@gmail.com

Abstrak:

UMKM kuliner tradisional di Kota Makassar menghadapi tantangan besar akibat ekspansi agresif franchise makanan cepat saji yang menawarkan harga kompetitif, promosi masif, dan layanan terstandarisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi bertahan yang diterapkan oleh UMKM kuliner tradisional dalam menghadapi tekanan pasar yang semakin kompetitif. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggabungkan studi literatur dengan wawancara semi-terstruktur terhadap pelaku UMKM di wilayah strategis Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama yang dilakukan UMKM mencakup inovasi produk dengan sentuhan modern, penguatan branding berbasis lokalitas, pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial untuk pemasaran, serta kolaborasi dengan komunitas lokal untuk memperkuat jaringan dan distribusi. Namun, di balik keberhasilan strategi tersebut, UMKM masih menghadapi kendala serius seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi digital, dan minimnya pelatihan kewirausahaan. Penelitian ini menegaskan bahwa keberlangsungan UMKM kuliner tradisional bergantung pada kemampuan adaptasi mereka terhadap perubahan pasar serta dukungan dari pemerintah, akademisi, dan sektor swasta dalam menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif. Pelestarian kuliner tradisional tidak hanya penting untuk ekonomi lokal, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya bangsa yang perlu dijaga dan dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, Kuliner Tradisional, Franchise.





JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan transformasi digital yang pesat, keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner tradisional di Indonesia, termasuk di Kota Makassar, menghadapi tekanan kompetitif yang semakin tinggi. Fenomena ini utamanya disebabkan oleh ekspansi agresif waralaba (franchise) nasional dan internasional yang memiliki keunggulan dalam hal modal, standar operasional, jaringan distribusi, dan kekuatan merek. UMKM kuliner tradisional, meskipun memiliki kekayaan budaya dan keunikan rasa lokal, sering kali tidak memiliki daya saing yang cukup untuk bertahan dalam arus kompetisi yang kuat ini (Wijaya & Soelaiman, 2023).

UMKM kuliner tradisional sejatinya memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi berbasis lokal. Tidak hanya menyerap tenaga kerja dan mendorong perputaran ekonomi daerah, mereka juga berkontribusi dalam pelestarian identitas budaya kuliner bangsa (Rosidin et al., 2021). Namun, banyak dari pelaku UMKM yang masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan modal, minimnya literasi digital, kurangnya pelatihan keterampilan manajerial, serta ketergantungan pada sistem pemasaran konvensional (Muchayatin & Purwardhani, 2021).

Dalam konteks tersebut, strategi bertahan menjadi krusial bagi UMKM kuliner tradisional agar tetap eksis di tengah gempuran franchise. Beberapa pendekatan yang terbukti efektif adalah melalui inovasi produk, penguatan branding berbasis kearifan lokal, dan integrasi teknologi digital seperti media sosial dan e-commerce (Niazi, 2024; Idah & Pinilih, 2020).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengadopsi platform digital memiliki peluang yang lebih tinggi dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun loyalitas pelanggan yang kuat (Siregar & Widodo, 2018). Di sisi lain, pelestarian nilai-nilai budaya dalam produk kuliner menjadi diferensiasi utama yang tidak dimiliki oleh franchise, dan dapat menjadi kekuatan strategis dalam mengukuhkan posisi di pasar lokal (Evrianti et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi bertahan UMKM kuliner tradisional di Kota Makassar dalam menghadapi persaingan dengan franchise. Melalui pendekatan studi literatur dan wawancara dengan pelaku UMKM, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana mereka merespons tantangan, memanfaatkan peluang, dan merumuskan langkah-langkah inovatif untuk mempertahankan keberlangsungan usaha mereka.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi bertahan UMKM kuliner tradisional di Kota Makassar dalam menghadapi dominasi franchise. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan



JURNAL EKSOPODA

pemahaman yang mendalam mengenai dinamika sosial dan kultural yang melatarbelakangi praktik bisnis UMKM, serta menangkap narasi dan persepsi pelaku usaha terhadap berbagai tantangan dan peluang yang mereka hadapi (Rosidin et al., 2021).

Penelitian ini menggabungkan dua teknik utama pengumpulan data, yakni studi literatur dan wawancara semi-terstruktur. Studi literatur dilakukan terhadap jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan artikel dari database akademik seperti Google Scholar, DOAJ, ResearchGate, dan portal resmi pemerintah daerah. Fokus seleksi literatur mencakup isu-isu terkait strategi bisnis UMKM, digitalisasi, branding lokal, serta tantangan regulatif dan struktural yang dihadapi sektor kuliner tradisional (Idah & Pinilih, 2020); (Muchayatin & Purwardhani, 2021).

Wawancara dilakukan dengan sejumlah pelaku UMKM kuliner tradisional di Kota Makassar yang tersebar di beberapa titik sentra kuliner seperti Losari, Panakkukang, dan Pasar Terong. Selain itu, wawancara juga melibatkan pemangku kepentingan dari Dinas Koperasi dan UKM serta akademisi ekonomi lokal. Tujuan wawancara adalah untuk menggali praktik nyata di lapangan terkait inovasi produk, penggunaan teknologi digital, strategi harga, serta upaya pelestarian warisan kuliner lokal.

Analisis data dilakukan dengan metode tematik, yakni mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema utama seperti: (1) inovasi produk, (2) digitalisasi dan media sosial, (3) penguatan identitas lokal, (4) kolaborasi komunitas, dan (5) hambatan struktural. Pendekatan ini mengacu pada prinsip grounded theory dalam menggali makna dari data empiris tanpa mereduksi kompleksitas konteks sosial budaya tempat UMKM beroperasi (Niazi, 2024).

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas temuan, dilakukan triangulasi sumber data, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan dokumen kebijakan pemerintah serta literatur ilmiah. Cross-check antar sumber ini penting untuk meminimalisasi bias interpretatif dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian (Evrianti et al., 2023).

Hasil dari metode ini diharapkan mampu menyajikan gambaran menyeluruh dan kontekstual tentang strategi bertahan UMKM kuliner tradisional dalam menghadapi transformasi struktur pasar yang semakin kompetitif.

C. Pembahasan

Dampak Gempuran Franchise terhadap UMKM Kuliner Tradisional

Franchise makanan cepat saji telah mengubah lanskap industri kuliner di kota-kota besar di Indonesia, termasuk Makassar. Dengan kekuatan modal besar, strategi pemasaran masif, dan efisiensi operasional yang tinggi, franchise mampu menawarkan produk yang konsisten dengan harga bersaing. Hal ini secara signifikan mempengaruhi daya saing UMKM kuliner tradisional yang umumnya beroperasi dalam skala kecil dan dengan sumber daya yang terbatas.



JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

Menurut data Dinas Perdagangan Kota Makassar (2022), terjadi penurunan omset rata-rata hingga 30% pada sebagian pelaku UMKM di sektor kuliner dalam lima tahun terakhir, seiring meningkatnya jumlah gerai franchise di pusat-pusat keramaian. Selain itu, franchise memiliki keunggulan dalam penguasaan teknologi digital dan platform pemesanan daring, yang masih menjadi tantangan bagi sebagian besar UMKM tradisional (Idah & Pinilih, 2020).

Namun, franchise juga memiliki kelemahan, yaitu cenderung mengabaikan kekayaan lokal dan nilai-nilai budaya. Dalam konteks ini, UMKM kuliner tradisional justru memiliki kekuatan berupa kearifan lokal, keaslian rasa, dan cerita historis produk yang bisa dijadikan nilai jual yang unik (Rosidin et al., 2021).


Strategi Bertahan UMKM Kuliner Tradisional

Berbagai strategi telah diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner tradisional di Makassar untuk menghadapi tantangan dari franchise. Berdasarkan hasil wawancara dan literatur, strategi-strategi tersebut meliputi:

- **Inovasi Produk:** Banyak pelaku usaha mulai mengkombinasikan resep tradisional dengan teknik penyajian modern untuk menarik minat konsumen muda. Misalnya, beberapa pelaku UMKM mengemas makanan khas seperti Coto Makassar atau Pisang Epe dalam bentuk kemasan siap saji atau frozen food untuk menjangkau konsumen luar daerah (Evrianti et al., 2023).
- **Digitalisasi dan Media Sosial:** Pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan TikTok menjadi salah satu kunci bertahan. UMKM yang aktif di media sosial tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga membangun brand awareness melalui storytelling budaya dan proses produksi tradisional (Siregar & Widodo, 2018); (Niazi, 2024).
- **Penguatan Identitas Lokal:** Strategi ini dilakukan dengan mengangkat nilai-nilai budaya lokal dalam produk, kemasan, dan pelayanan. Beberapa UMKM menggunakan nama lokal, pakaian tradisional saat melayani, serta menyajikan makanan dengan narasi budaya, yang tidak dimiliki oleh franchise besar (Hartato & Handoyo, 2021).
- **Kolaborasi Komunitas dan Lokalitas:** Kolaborasi dengan komunitas petani, UMKM lain, dan koperasi menjadi strategi bertahan dalam pengadaan bahan baku yang murah dan berkualitas, serta memperluas jaringan distribusi. Kerja sama ini menciptakan ekosistem bisnis lokal yang saling mendukung (Muchayatin & Purwiardhani, 2021).

Tantangan Struktural yang Masih Dihadapi

Meskipun berbagai strategi telah diterapkan, UMKM kuliner tradisional masih menghadapi sejumlah tantangan yang memerlukan perhatian khusus:



JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

- Akses terhadap Modal dan Kredit: Banyak UMKM tidak memiliki akses terhadap fasilitas pembiayaan formal karena keterbatasan agunan dan kurangnya literasi keuangan.
- Kurangnya Pelatihan dan Pendampingan: Mayoritas pelaku UMKM belum mendapatkan pelatihan rutin mengenai manajemen bisnis, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi informasi.
- Ketergantungan pada Metode Pemasaran Konvensional: UMKM yang tidak adaptif terhadap perubahan teknologi mengalami kesulitan menjangkau generasi digital dan pasar baru.
- Persaingan Harga: Franchise mampu menjual produk dengan harga lebih murah karena skala produksi massal, sementara UMKM seringkali terkendala biaya operasional yang tinggi.

Namun demikian, tantangan struktural seperti keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya literasi digital, dan minimnya pelatihan kewirausahaan masih menjadi hambatan serius yang mengancam keberlanjutan UMKM kuliner. Untuk itu, dibutuhkan dukungan nyata dari pemerintah daerah, lembaga keuangan, serta institusi pendidikan dan riset untuk menciptakan ekosistem usaha yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Rekomendasi Strategis:

- Dukungan Pemerintah: Pemerintah daerah perlu memperluas program pelatihan digitalisasi, inovasi kuliner, dan manajemen usaha kepada pelaku UMKM. Kebijakan yang mempermudah perizinan dan memberikan subsidi pada program promosi juga sangat dibutuhkan.
- Peningkatan Akses Permodalan: Perlu dikembangkan skema pembiayaan mikro dengan bunga rendah dan jaminan ringan, serta pembentukan koperasi UMKM berbasis kawasan kuliner.
- Penciptaan Ruang Promosi Kuliner Tradisional: Event festival kuliner, promosi digital melalui kolaborasi dengan influencer lokal, serta kampanye "Cinta Produk Lokal" dapat membantu memperkuat identitas UMKM di tengah persaingan franchise.
- Penguatan Kemitraan dengan Akademisi dan Swasta: Perguruan tinggi dapat menyediakan pendampingan berbasis riset dan pengembangan produk, sementara pihak swasta dapat dilibatkan dalam kemitraan CSR (corporate social responsibility) untuk mendukung UMKM.
- Pelestarian Identitas Budaya Kuliner: UMKM perlu terus menceritakan nilai-nilai lokal melalui produk dan pengalaman kuliner yang ditawarkan agar menciptakan diferensiasi dan loyalitas jangka panjang.

Secara keseluruhan, UMKM kuliner tradisional tidak hanya perlu bertahan, tetapi juga harus mampu bertransformasi secara adaptif dan berkelanjutan. Keberhasilan mereka bukan hanya bergantung pada kekuatan internal, tetapi juga pada sinergi



JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

lintas sektor dalam membangun ekosistem usaha yang sehat, kompetitif, dan berbasis budaya.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner tradisional di Kota Makassar memiliki potensi besar untuk bertahan dan berkembang meskipun menghadapi tantangan berat dari dominasi franchise. Keunikan produk, kedekatan dengan budaya lokal, dan keterlibatan komunitas menjadi modal penting yang membedakan UMKM dari franchise modern. Strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM meliputi inovasi produk, penguatan branding lokal, pemanfaatan media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas dan pemasok lokal. Namun, keberhasilan strategi tersebut masih dibatasi oleh hambatan struktural, seperti keterbatasan akses modal, rendahnya literasi digital, dan minimnya pelatihan kewirausahaan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak—terutama pemerintah, akademisi, dan sektor swasta—untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi penguatan UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa daya tahan UMKM kuliner tradisional tidak hanya ditentukan oleh kemampuan adaptasi individu pelaku usaha, tetapi juga oleh kolaborasi lintas sektor yang mampu mengembangkan daya saing lokal secara berkelanjutan di tengah kompetisi pasar yang semakin global.

E. Daftar Pustaka

- Evrianti, H., Risnawati, R., Natsir, S., Farid, F., Fera, F., Lamusa, F., Fadjar, A., Zainuddin, F., & Wirastuti, W. (2023). Identifikasi dan pengembangan diversifikasi produk kuliner tradisional di Desa Wisata Towale, Kabupaten Donggala, Sulawesi Tengah. *Sasambo: Jurnal Abdimas*, 5(4), 1875–1884. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1410>
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan strategi bisnis terhadap kinerja bisnis kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(4), 760–772. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi pengembangan digitalisasi UMKM. https://consensus.app/papers/strategi-pengembangan-digitalisasi-umkm-idah-pinilih/74218de9f97851fc89882e397f100d2f/?utm_source=chatgpt
- Muchayatin, M., & Purwiardhani, A. L. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM kuliner di Kota Semarang. *Serat Acitya*, 10(2), 184–190. <https://doi.org/10.56444/sa.v10i2.2473>
- Niazi, H. A. (2024). Peran Instagram dalam memediasi green marketing pada UMKM makanan dan minuman di kuliner pagi malam Bintaro. *Jurnal Ekonomi*
- 

JURNAL EKSOPODA

Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo, 10(1), 77-87.
<https://doi.org/10.35906/jep.v10i1.1912>

Rosidin, O., Riansi, E. S., & Muhyidin, A. (2021). Leksikon kuliner tradisional masyarakat Kabupaten Pandeglang. *LITERA*, 20(1).
<https://doi.org/10.21831/LTR.V20I1.33908>

Sari, A. G., & Rahman, A. (2023). Strategi pengembangan usaha kuliner Mie X, Surabaya dengan pendekatan Blue Ocean Strategy.
[https://consensus.app/papers/strategi-pengembangan-usaha-kuliner-mie-x-surabaya-dengan-](https://consensus.app/papers/strategi-pengembangan-usaha-kuliner-mie-x-surabaya-dengan-ardian/d44297730eef5b1aa23a9e448cb679f3/?utm_source=chatgpt)

[ardian/d44297730eef5b1aa23a9e448cb679f3/?utm_source=chatgpt](https://consensus.app/papers/strategi-pengembangan-usaha-kuliner-mie-x-surabaya-dengan-ardian/d44297730eef5b1aa23a9e448cb679f3/?utm_source=chatgpt)

Siregar, A. G. S., & Widodo, A. (2018). Pengaruh periklanan sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada konsumen Nasi Goreng Mafia di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 32-44.

[keputusan-siregar-widodo/d912ad70471f541d85ab6a5ccd44c499/?utm_source=chatgpt](https://doi.org/10.24912/jmie.v6i1.22789)

Wijaya, J. S., & Soelaiman, L. (2023). Meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung kembali ke Sentra Kuliner Pasar Lama Tangerang sebagai dukungan terhadap perekonomian UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 93-106. <https://doi.org/10.24912/jmie.v7i1.22789>

Ariescy, R., Sholihatin, E., & Mawardi, A. (2022). Inovasi pemasaran sebagai strategi pemulihan usaha mikro kecil dan menengah selama pandemi: Studi kasus UKM di Kota Batu dan Kota Malang. *Journal of Governance and Administrative Reform*. <https://doi.org/10.20473/jgar.v2i2.33467>

Evrianti, H., Risnawati, R., Natsir, S., Farid, F., Fera, F., Lamusa, F., Fadjar, A., Zainuddin, F., Husnah, H., & Wirastuti, W. (2023). Identifikasi dan pengembangan diversifikasi produk kuliner tradisional di Desa Wisata Towale, Kabupaten Donggala, Sulawesi Tengah. *Sasambo: Jurnal Abdimas*, 5(4). <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1410>

Fh, Y., Pratita, D., Firmansyah, F., & Suganda, V. A. (2022). Meningkatkan daya saing produk usaha mikro di era digital melalui edukasi dan pendampingan strategi branding dan packaging. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10234>

Murdaningsih, R. P., Suprpto, R., & Tommi. (2023). Merancang label kemasan UMKM kuliner Koperasi Berlian sebagai silent ambassador di marketplace. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i2.6295>

Puspitowati, I., Firdausy, C. M., & Handoyo, S. E. (2024). Kinerja usaha UMK melalui dukungan keluarga, akses finansial dan inovasi produk. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.24912/jmie.v8i1.29509>

Sari, M. R. (2019). Inovasi produk mini roll cake dengan penambahan ubi jalar Cilembu berbasis daya terima konsumen. [Makalah].




JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

<https://consensus.app/papers/inovasi-produk-mini-roll-cake-dengan-penambahan-ubi-jalar-sari/2cb2ebd105ad5475987264e698f13bfb>

Setiawan, F., Darwin, M., & Retnandari, N. D. (2014). Inovasi gerakan post-developmentalism dalam revitalisasi koperasi untuk melindungi eksistensi produk UKM lokal. [Studi Kasus UKM Mart Al-Amin]. [darwin/8754652957a65eaea161dc24f6cf6cf5](https://doi.org/10.29313/bcsbm.v5i1.17725)



Zalendra, M. R., Permana, R. M. T., & Rohandi, M. M. A. (2025). Pemanfaatan social media marketing pada UMKM District.bekasgurih melalui produk rework. Bandung Conference Series: Business and Management, 5(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v5i1.17725>



JUNTER

Jurnal Interdisipliner



Copyright Holder :

© Name Author. et. al. (2024).

First Publication Right :

© JUNTER : Jurnal Interdisiplin

This article is under:





JURNAL EKSOPODA

Jurnal sipliner



JUNTER

Jurnal Interdisipliner

