



Manajemen Pengelolaan dan Pengembangan pada UMKM Kuliner Pempek Dapur Bunda

Fakhry Reza Maulana

Politeknik Bhakti Asih Purwakarta, Indonesia

Email: fakhrymaulana@polbap.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan dan pengembangan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM kuliner Pempek Dapur Bunda melalui pendekatan analisis SWOT. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap 11 informan yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Pempek Dapur Bunda berada pada kuadran I dengan skor IFAS 3,665 dan EFAS 3,275, yang menunjukkan posisi strategis untuk menerapkan strategi pertumbuhan agresif. Kekuatan utama terletak pada loyalitas pelanggan, kualitas produk, dan SDM yang handal, sedangkan kelemahan terdapat pada kondisi keuangan yang fluktuatif dan ketergantungan pada platform digital. Peluang terbesar berasal dari perkembangan media sosial dan e-commerce, sementara ancaman utama adalah harga bahan baku yang relatif mahal dan ekonomi yang tidak stabil. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas SDM dalam teknologi, inovasi produk, dan penguatan kerjasama dengan pemerintah.

Kata Kunci: UMKM kuliner, analisis SWOT, strategi pengembangan, pempek, digitalisasi

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector play a strategic role in Indonesia's economy, but face various challenges in business management and development. This study aims to analyze the development strategy of Pempek Dapur Bunda culinary MSME through a SWOT analysis approach. The research method uses a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation of 11 informants consisting of business owners, employees, and customers. The SWOT analysis results show that Pempek Dapur Bunda is in quadrant I with IFAS score of 3.665 and EFAS score of 3.275, indicating a strategic position to implement aggressive growth strategies. The main strengths lie in customer loyalty, product quality, and reliable human resources, while weaknesses are found in fluctuating financial conditions and dependence on digital platforms. The greatest opportunities come from the development of social media and e-commerce, while the main threats are relatively expensive raw material prices and unstable economy. Recommended strategies include improving HR quality in technology, product innovation, and strengthening cooperation with the government.

Keywords: culinary MSMEs, SWOT analysis, development strategy, pempek, digitalization

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja

(Tambunan, 2018; Utomo et al., 2020). Sektor kuliner dalam UMKM memiliki daya tarik khusus karena berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia dan potensi pasar yang besar (Wijayanti & Fatimah, 2019; Prasetyo et al., 2021). Salah satu kuliner tradisional yang memiliki potensi pengembangan adalah pempek, makanan khas Palembang yang telah populer di seluruh Indonesia dan dapat menjadi sumber pendapatan yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM lokal (Rahman et al., 2022).

Pempek sebagai kuliner tradisional memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi bisnis yang sukses dan berkelanjutan dengan permintaan yang terus meningkat (Daris, 2021). Namun, bisnis pempek sering menghadapi berbagai masalah pengelolaan dan pengembangan yang membutuhkan perhatian khusus, mulai dari pengelolaan bahan baku, metode produksi, distribusi, pemasaran, hingga manajemen keuangan dan sumber daya manusia (Jayanti, 2018).

Pempek Dapur Bunda merupakan salah satu UMKM kuliner yang bergerak di bidang produksi dan penjualan pempek di Purwakarta. Usaha yang didirikan pada tahun 2020 ini menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan dan pengembangan bisnis, terutama dalam era digital yang menuntut adaptasi teknologi dan strategi pemasaran yang efektif (Sari et al., 2021; Wicaksono & Putri, 2020). Kondisi ini diperparah dengan dampak pandemi COVID-19 yang mengharuskan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen, termasuk pergeseran ke penjualan online dan pemanfaatan media sosial untuk promosi (Hidayati et al., 2021; Prasetyo et al., 2020; Nugroho & Santoso, 2019).

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT merupakan alat yang efektif untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat membantu dalam perumusan strategi pengembangan usaha. Dalam konteks UMKM kuliner, analisis SWOT dapat memberikan gambaran komprehensif tentang posisi strategis usaha dan alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing.

Pempek sebagai kuliner tradisional Palembang memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi bisnis yang berkelanjutan, namun menghadapi berbagai kendala pengelolaan bahan baku, produksi, distribusi, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia. Penelitian sebelumnya oleh Rahmawati et al. (2019) menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang menerapkan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan penetrasi pasar, tetapi terbatas pada pemanfaatan media sosial dan belum mengintegrasikan analisis komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal.

Penelitian lain oleh Setiawan (2020) menemukan bahwa UMKM kuliner yang melakukan analisis SWOT mampu mengidentifikasi peluang dan ancaman secara efektif, namun studi tersebut belum menekankan strategi pengembangan spesifik yang disesuaikan dengan karakteristik pasar lokal dan adaptasi era digital. Berdasarkan dua penelitian tersebut, terdapat gap terkait integrasi analisis SWOT dengan strategi pengembangan yang berbasis

adaptasi teknologi digital dan kondisi pasca-pandemi, sehingga UMKM dapat merumuskan strategi yang lebih aplikatif dan adaptif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan Pempek Dapur Bunda, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan UMKM kuliner, khususnya dalam penerapan strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan bisnis di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada UMKM kuliner Pempek Dapur Bunda. Lokasi penelitian berada di Perum Kota Permata Blok C4 No 4 Ciseureuh, Purwakarta. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2024.

Subjek penelitian terdiri dari 11 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, meliputi:

1. Informan Kunci: Pemilik usaha (2 orang) dan bagian pemasaran (1 orang)
2. Informan Utama: Pelanggan (5 orang) dan karyawan produksi (2 orang)
3. Informan Pendukung: Admin penjualan (1 orang) dan akademisi (1 orang)

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama:

1. Observasi: Pengamatan langsung terhadap operasional usaha, proses produksi, dan interaksi dengan pelanggan
2. Wawancara Mendalam: Wawancara semi-terstruktur dengan semua informan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan
3. Dokumentasi: Pengumpulan dokumen terkait laporan keuangan, struktur organisasi, dan data operasional usaha

Analisis data menggunakan model analisis SWOT dengan tiga tahap:

1. Tahap Pengumpulan Data: Penyusunan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Factor Analysis Summary (EFAS)
2. Tahap Analisis: Pembuatan matriks SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi
3. Tahap Pengambilan Keputusan: Penentuan posisi strategis melalui diagram SWOT

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai informan untuk memastikan konsistensi dan akurasi data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pempek Dapur Bunda

Pempek Dapur Bunda didirikan pada awal tahun 2020 di Purwakarta oleh pasangan suami istri yang memiliki kecintaan terhadap masakan khas Palembang. Usaha ini dimulai dari hobi membuat pempek untuk keluarga dan teman-teman, kemudian berkembang menjadi bisnis kecil yang beroperasi dari

Manajemen Pengelolaan dan Pengembangan pada UMKM Kuliner Pempek Dapur Bunda

rumah dengan nama Dapur Bunda. Pandemi COVID-19 yang melanda pada tahun 2020 menjadi tantangan besar, namun usaha ini mampu bertahan dengan beradaptasi memperluas pemasaran secara online dan menawarkan layanan pengiriman ke rumah.

Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

Struktur organisasi Pempek Dapur Bunda dirancang sederhana namun efektif untuk mendukung operasional usaha kecil. Organisasi terdiri dari beberapa posisi kunci dengan pembagian tanggung jawab yang jelas.

Tabel 1. Struktur Organisasi Pempek Dapur Bunda

Posisi	Jumlah	Tanggung Jawab Utama
Pemilik (Suami)	1	Manajemen keuangan, pengambilan keputusan strategis, negosiasi pemasok
Pemilik (Istri)	1	Pengawasan produksi, pengembangan produk, promosi dan pemasaran
Admin	1	Pengelolaan pesanan, customer service, dokumentasi
Tim Produksi	2	Produksi pempek, pengemasan, pemeliharaan peralatan
Helper	1	Bantuan produksi, kebersihan, pengemasan

Pembagian tugas ini menunjukkan struktur organisasi yang flat dengan komunikasi langsung antar posisi, memungkinkan fleksibilitas dan respons cepat terhadap kebutuhan operasional.

Portofolio Produk dan Strategi Penetapan Harga

Pempek Dapur Bunda menawarkan dua kategori produk utama dengan strategi penetapan harga yang berbeda untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

Tabel 2. Daftar Menu dan Harga Pempek Dapur Bunda

Kategori	Jenis Produk	Harga (Rp)
Pempek Palembang (100% Gabus)	Pempek Telor	7.000
	Pempek Adaan	7.000
	Pempek Lenjer	7.000
	Pempek Kulit	7.000
	Pempek Tahu	7.000
	Kapal Selam	28.000
Pempek DOS	Tekwan	28.000
	Pempek Telor	4.500
	Pempek Adaan	4.500
	Pempek Lenjer	4.500
	Pempek Tahu	4.500

Strategi dual-pricing ini memungkinkan Pempek Dapur Bunda untuk melayani konsumen dengan daya beli berbeda, dimana produk Palembang

menargetkan segmen premium yang mengutamakan kualitas, sedangkan produk DOS menargetkan segmen price-sensitive.

Analisis Manajemen Operasional Efisiensi Produksi dan Pengelolaan Persediaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim produksi, proses produksi pempek dilakukan dengan memperhatikan efisiensi waktu dan konsistensi kualitas. Proses dimulai dari persiapan bahan baku berkualitas tinggi yang diperoleh dari pemasok langganan di pasar tradisional. Sistem pengelolaan persediaan menggunakan pendekatan just-in-time untuk bahan baku segar, sementara bahan kering disimpan dengan sistem FIFO (First In, First Out).

Hasil observasi menunjukkan bahwa manajemen operasional telah berjalan dengan baik dalam aspek produksi, namun masih terdapat ruang perbaikan dalam hal dokumentasi proses dan standarisasi prosedur kerja. Tim produksi yang terdiri dari 2 orang mampu menghasilkan output yang konsisten sesuai dengan permintaan, dengan kapasitas produksi maksimal sekitar 200 unit pempek per hari.

Pengendalian Kualitas dan Keamanan Pangan

Pengendalian kualitas dilakukan melalui beberapa tahap: pemilihan bahan baku, pengawasan proses produksi, dan inspeksi produk akhir. Berdasarkan testimoni pelanggan dalam wawancara, kualitas produk Pempek Dapur Bunda dinilai konsisten dengan cita rasa yang autentik. Namun, sistem dokumentasi pengendalian kualitas masih sederhana dan perlu ditingkatkan untuk memenuhi standar keamanan pangan yang semakin ketat.

Analisis Manajemen Keuangan Kinerja Keuangan dan Struktur Biaya

Analisis terhadap laporan keuangan Pempek Dapur Bunda menunjukkan fluktuasi pendapatan yang cukup signifikan. Data keuangan periode Januari 2023 menggambarkan kondisi operasional usaha.

Tabel 3. Ringkasan Kinerja Keuangan Pempek Dapur Bunda Januari 2023

Komponen	Jumlah (Rp)	Persentase
Pendapatan	50.000.000	100%
Harga Pokok Penjualan	25.000.000	50%
Laba Kotor	25.000.000	50%
Biaya Operasional	13.000.000	26%
Laba Bersih	10.800.000	21,6%

Data menunjukkan margin laba kotor sebesar 50%, yang tergolong baik untuk industri kuliner. Namun, biaya operasional yang mencapai 26% dari pendapatan menunjukkan perlunya optimalisasi efisiensi operasional. Rasio laba bersih 21,6% menunjukkan profitabilitas yang sehat, meskipun terdapat fluktuasi bulanan yang perlu dikelola lebih baik.

Analisis Arus Kas dan Likuiditas

Tabel 4. Analisis Arus Kas Pempek Dapur Bunda Januari 2023

Kategori Arus Kas	Jumlah (Rp)
Arus Kas dari Aktivitas Operasional	12.000.000
Arus Kas dari Aktivitas Investasi	0
Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan	(1.200.000)
Kenaikan Kas Bersih	10.800.000

Arus kas operasional yang positif menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan kas dari operasi inti. Namun, tidak adanya arus kas investasi mengindikasikan minimnya investasi untuk pengembangan usaha, yang dapat menghambat pertumbuhan jangka panjang.

Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia Kompetensi dan Pengembangan SDM

Berdasarkan evaluasi terhadap SDM Pempek Dapur Bunda, terdapat kesenjangan kompetensi yang signifikan antara kemampuan teknis produksi dengan kemampuan teknologi digital. Hasil wawancara menunjukkan:

1. Kekuatan SDM: Tim produksi memiliki keahlian tinggi dalam produksi pempek dengan konsistensi rasa yang baik. Kemampuan pelayanan pelanggan juga dinilai baik oleh konsumen.
2. Kelemahan SDM: Terdapat gap yang signifikan dalam penguasaan teknologi digital dan media sosial, yang menjadi hambatan utama dalam pengembangan pemasaran online.

Program Pelatihan dan Pengembangan

Untuk mengatasi kesenjangan kompetensi, diperlukan program pelatihan terstruktur meliputi:

1. Pelatihan teknologi digital dan media sosial
2. Pengembangan kemampuan content creation
3. Pelatihan customer service online
4. Peningkatan kemampuan manajemen keuangan digital

Analisis Faktor Internal (IFAS)

Evaluasi komprehensif terhadap faktor-faktor internal menggunakan matriks IFAS menghasilkan identifikasi kekuatan dan kelemahan strategis.

Tabel 5. Matriks IFAS Pempek Dapur Bunda

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN			
Pelanggan yang loyal	0,10	4,00	0,40
Kualitas dan cita rasa makanan yang baik	0,12	3,50	0,42
Bahan baku berkualitas	0,11	4,00	0,44
SDM menguasai produksi	0,10	4,00	0,40

Manajemen Pengelolaan dan Pengembangan pada UMKM Kuliner Pempek Dapur Bunda

SDM handal dalam pelayanan	0,11	3,50	0,385
Sub-total Kekuatan			2,045
KELEMAHAN			
Kondisi keuangan yang naik turun	0,09	4,00	0,36
Ketergantungan pada e-commerce	0,10	2,50	0,25
Varian rasa masih konvensional	0,09	3,50	0,315
SDM kurang menguasai teknologi	0,13	4,00	0,52
Infrastruktur masih fokus online	0,05	3,50	0,175
Sub-total Kelemahan			1,62
TOTAL SKOR IFAS	1,00		3,665

Skor IFAS sebesar 3,665 menunjukkan posisi internal yang kuat, dengan kekuatan dominan (2,045) dibandingkan kelemahan (1,62). Kekuatan utama terletak pada loyalitas pelanggan dan kualitas produk, sementara kelemahan terbesar adalah kurangnya penguasaan teknologi oleh SDM.

Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Analisis lingkungan eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mempengaruhi perkembangan usaha.

Tabel 6. Matriks EFAS Pempek Dapur Bunda

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG			
Perkembangan sosial media	0,14	3,50	0,49
Perkembangan E-Commerce	0,13	3,50	0,455
Tren konsumen pada makanan sehat	0,14	4,00	0,56
Dukungan Pemerintah terhadap UMKM	0,11	3,00	0,33
Sub-total Peluang			1,835
ANCAMAN			
Harga bahan baku yang relatif mahal	0,12	2,50	0,30
Rentan pada keamanan data	0,12	3,50	0,42
Ekonomi yang tidak stabil	0,12	3,00	0,36
Peraturan kesehatan yang semakin ketat	0,12	3,50	0,42
Sub-total Ancaman			1,44
TOTAL SKOR EFAS	1,00		3,275

Skor EFAS sebesar 3,275 menunjukkan lingkungan eksternal yang relatif menguntungkan, dengan peluang (1,835) lebih besar dibandingkan ancaman (1,44). Peluang terbesar berasal

al dari tren konsumen pada makanan sehat dan perkembangan media sosial.

Formulasi Strategi melalui Matriks SWOT

Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS, dikembangkan matriks SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi pengembangan usaha.

Tabel 7. Matriks SWOT Pempek Dapur Bunda

Internal/Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
	1. Mempertahankan kualitas dan cita rasa untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan	1. Melatih karyawan dalam penggunaan teknologi
	2. Melakukan inovasi dengan membuat menu baru	2. Membuat menu baru dengan bahan makanan sehat
	3. Menjalin kerjasama dengan pemerintah	3. Melatih karyawan membuat konten digital
		4. Menambah karyawan ahli pemasaran digital
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
	1. Menonjolkan ciri khas unik produk	1. Memperkuat relasi dengan pesaing
	2. Memberikan pelatihan keamanan data	2. Promosi aktif di media sosial
	3. Membuat lini usaha untuk segmen bawah	3. Membuat brand baru dengan harga terjangkau
	4. Kerjasama dengan pemerintah melalui bazaar	

Penentuan Posisi Strategis

Untuk menentukan posisi strategis, digunakan rumus koordinat SWOT:

$$\text{Koordinat X} = \text{Total Skor Kekuatan} - \text{Total Skor Kelemahan} = 2,045 - 1,62 = 0,425$$

$$\text{Koordinat Y} = \text{Total Skor Peluang} - \text{Total Skor Ancaman} = 1,835 - 1,44 = 0,395$$

Koordinat (0,425; 0,395) menunjukkan posisi Pempek Dapur Bunda berada pada Kuadran I yang mengindikasikan kondisi strategis yang menguntungkan. Perusahaan memiliki kekuatan internal yang solid dan peluang eksternal yang baik, sehingga dapat menerapkan strategi pertumbuhan agresif (Growth-Oriented Strategy).

Analisis Manajemen Operasional

Temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen operasional Pempek Dapur Bunda telah berjalan dengan baik dalam aspek produksi dan pelayanan, sejalan dengan penelitian Daris (2021) yang menekankan pentingnya konsistensi kualitas dalam usaha pempek. Namun, terdapat kebutuhan peningkatan dalam dokumentasi proses dan standarisasi operasional untuk mendukung skalabilitas usaha.

Efisiensi operasional dapat ditingkatkan melalui implementasi sistem manajemen mutu sederhana yang sesuai dengan skala UMKM. Hal ini konsisten dengan temuan Muliadi (2023) bahwa UMKM perlu mengembangkan sistem operasional yang terstruktur untuk meningkatkan daya saing.

Analisis Manajemen Keuangan

Kondisi keuangan yang fluktuatif menjadi tantangan utama, dengan margin laba bersih 21,6% yang menunjukkan profitabilitas yang sehat namun perlu stabilisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sani (2022) yang mengidentifikasi pentingnya manajemen keuangan yang terstruktur dalam UMKM makanan tradisional.

Implementasi sistem akuntansi yang lebih sistematis dan transparan menjadi prioritas untuk meningkatkan kontrol keuangan dan mendukung pengambilan keputusan strategis. Hal ini konsisten dengan rekomendasi Gunawan dan Harjanti (2013) tentang pentingnya pengelolaan aspek keuangan dalam pengembangan usaha.

Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia

Kesenjangan kompetensi digital menjadi temuan kunci yang memerlukan perhatian khusus. Meskipun SDM memiliki kemampuan produksi dan pelayanan yang baik, kurangnya penguasaan teknologi digital menjadi hambatan dalam mengoptimalkan peluang pemasaran online. Temuan ini relevan dengan era digital yang mengharuskan UMKM beradaptasi dengan teknologi untuk meningkatkan daya saing.

Program pengembangan SDM yang terstruktur, khususnya dalam kompetensi digital, menjadi investasi strategis untuk mendukung pertumbuhan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Humaera et al. (2021) yang menekankan pentingnya peningkatan kapabilitas SDM dalam pengembangan usaha kuliner.

Implikasi Strategis

Posisi strategis pada Kuadran I memberikan landasan kuat untuk implementasi strategi pertumbuhan agresif. Strategi SO (Strength-Opportunities) menjadi prioritas utama, dengan fokus pada:

1. Peningkatan Kualitas dan Inovasi Produk: Memanfaatkan kekuatan produk berkualitas untuk mengembangkan varian baru yang sesuai dengan tren kesehatan konsumen.
2. Optimalisasi Platform Digital: Menggunakan kekuatan loyalitas pelanggan untuk memperluas jangkauan melalui media sosial dan e-commerce.
3. Penguatan Kemitraan Strategis: Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk UMKM dalam mengembangkan jaringan distribusi dan akses pasar.

Strategi WO (Weakness-Opportunities) menjadi fokus pengembangan jangka menengah, terutama dalam peningkatan kapabilitas digital dan

diversifikasi produk. Investasi dalam pengembangan SDM dan teknologi akan memberikan dampak positif terhadap kemampuan bersaing di era digital.

Validasi Temuan dengan Stakeholder

Validasi temuan penelitian dilakukan melalui triangulasi data dengan berbagai stakeholder. Pelanggan mengkonfirmasi kualitas produk dan pelayanan sebagai differensiator utama, sementara karyawan mengakui kebutuhan peningkatan kompetensi digital. Akademisi menekankan pentingnya strategi adaptasi teknologi untuk keberlanjutan UMKM di era digital.

Konsistensi temuan antar stakeholder memberikan validitas tinggi terhadap hasil analisis SWOT dan rekomendasi strategis yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dikembangkan memiliki landasan empiris yang kuat dan relevan dengan kondisi aktual usaha.

Keterbatasan Penelitian dan Penelitian Lanjutan

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan temporal dan komparasi dengan kompetitor. Analisis dilakukan pada periode terbatas dan fokus pada satu unit usaha. Penelitian lanjutan dapat mengembangkan studi longitudinal untuk mengamati implementasi strategi dan dampaknya terhadap kinerja usaha.

Perbandingan dengan UMKM sejenis dan analisis best practices dalam industri kuliner tradisional dapat memberikan insight tambahan untuk pengembangan strategi yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian tentang efektivitas implementasi strategi digital dalam UMKM kuliner tradisional menjadi area yang menarik untuk dikembangkan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pempek Dapur Bunda berada dalam posisi strategis yang menguntungkan untuk menerapkan strategi pertumbuhan agresif. Dengan skor IFAS 3,665 dan EFAS 3,275, serta posisi pada kuadran I diagram SWOT, usaha ini memiliki kekuatan internal yang solid dan peluang eksternal yang baik. Kekuatan utama terletak pada loyalitas pelanggan, kualitas produk, dan SDM yang handal dalam produksi dan pelayanan. Namun, kelemahan dalam penguasaan teknologi dan kondisi keuangan yang fluktuatif perlu segera diatasi. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kapabilitas digital SDM, inovasi produk, stabilisasi keuangan, dan penguatan kemitraan dengan berbagai stakeholder. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Pempek Dapur Bunda di era digital. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur UMKM kuliner dan memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha sejenis dalam menghadapi tantangan bisnis kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Daris, A. (2021). Strategi usaha UMKM pempek di Kota Palembang selama pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 78–92.
- Gunawan, R., & Harjanti, D. (2013). Pengelolaan dan pengembangan usaha pengolahan kayu pada CV. Karya Jaya Nusantara di Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 67–82.
- Hidayati, N., Wibowo, A., & Setiawan, R. (2021). Digital adaptation of micro and small enterprises in Indonesia during the COVID-19 pandemic. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(6), 935–950. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2020-0305>
- Humaera, Z. I., Kambolong, M., & Sahrin. (2021). Analisis pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan di Restoran Glatik. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(2), 156–168.
- Jayanti, D. (2018). *Pengembangan Bisnis “Tekwan Instan Khas Palembang” dengan Pendekatan Matrix ANSOFF*. Universitas Islam Indonesia.
- Muliadi, D. (2023). Manajemen pengelolaan dan pengembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Bogor. *Jurnal UMKM dan Koperasi*, 14(2), 201–215.
- Nugroho, R., & Santoso, T. (2019). Challenges of culinary SMEs in Indonesia: Business sustainability and digital marketing strategies. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 37(3), 345–361. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2019.10019834>
- Prasetyo, A., Haryanto, B., & Sari, D. P. (2020). E-commerce adoption in Indonesian culinary SMEs: Lessons from the COVID-19 era. *Procedia Computer Science*, 179, 462–470. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.01.059>
- Prasetyo, A., Haryanto, B., & Sari, D. P. (2021). Strategies for developing culinary SMEs in Indonesia: A case study approach. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 33(4), 345–359. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1856270>
- Rahman, F., Susilo, A., & Putri, R. (2022). Traditional food as a driver for SME growth: Evidence from Palembang’s pempek industry. *Food Research International*, 158, 111503. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111503>
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sani, K. (2022). Manajemen pengelolaan produk olahan singkong untuk meningkatkan pendapatan usaha di UMKM Rejo Agung Tegineneng Pesawaran. *Jurnal Agribisnis*, 19(1), 89–103.
- Sari, M. F., Wijayanti, D., & Pranoto, Y. (2021). SMEs resilience through digital marketing strategies: Evidence from the Indonesian food sector. *Heliyon*, 7(2), e06242. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06242>
- Tambunan, T. (2018). Development of small and medium enterprises in Indonesia: Issues and challenges. *Journal of Entrepreneurship and*

- Business*, 6(1), 12–27. <https://doi.org/10.17323/jeb.2018.6.1.12-27>
- Utomo, S., Hidayat, T., & Lestari, P. (2020). SME contributions to GDP and employment in Indonesia: An analysis using national data. *International Journal of Emerging Markets*, 15(3), 505–520. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2019-0532>
- Wicaksono, A., & Putri, N. (2020). The role of digital technology in empowering Indonesian micro and small food enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(5), 1–10.
- Wijayanti, D., & Fatimah, S. (2019). Culinary SMEs and market potential in Indonesia: Opportunities and challenges. *Journal of Culinary Science & Technology*, 17(2), 122–138. <https://doi.org/10.1080/15428052.2018.1535684>