



Tantangan Wirausaha Penjual Kuliner Tradisional di Tengah Popularitas Makanan Modern Era Globalisasi Saat Ini (Studi Kasus Usaha Lemang dan Tape Desa Karang Rejo)

Malvira Pohan¹, Natasia Theofani Margaret², Sernanda Putri Darma³

¹⁻³ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email : malviraaviraa@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze how traditional culinary MSMEs in Karang Rejo Village, Langkat Regency, adapt to global and digital competition. The focus is on the production and marketing strategy of sweet potato tape, pulut tape and lemang. This qualitative research uses in-depth interview methods with MSME owners to find the challenges they face, the marketing strategies used, product innovations carried out, and the use of digital technology. The research concluded that MSME entrepreneurs are experiencing various challenges, including reduced demand due to changes in consumer tastes, difficulties in obtaining supplies of raw materials, limited digital marketing strategies, and intense competition with modern culinary types. Even so, the unique taste of traditional dishes is still loved, especially when it comes to special religious celebrations. The strategy includes improving product quality, various interesting innovations, as well as utilizing digital marketing via social media and attending culinary events. The results of this research show that to maintain the sustainability of traditional culinary MSMEs, good cooperation is needed between product innovation, application of technology, and support from the community and government.*

Keywords : *Entrepreneurship, Traditional food, Modern food*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana UMKM kuliner tradisional di Desa Karang Rejo, Kabupaten Langkat, beradaptasi dengan persaingan global dan digital. Fokusnya adalah strategi produksi dan pemasaran tape ubi, tape pulut, dan lemang. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode wawancara mendalam dengan pemilik UMKM guna menemukan tantangan yang dihadapi, strategi pemasaran yang digunakan, inovasi produk yang dilakukan, serta pemanfaatan teknologi digital. Penelitian menyimpulkan bahwa para pengusaha UMKM mengalami berbagai tantangan, antara lain berkurangnya permintaan karena perubahan selera konsumen, kesulitan dalam mendapatkan pasokan bahan baku, keterbatasan strategi pemasaran digital, dan persaingan ketat dengan jenis kuliner modern. Walau begitu, rasa unik dari masakan tradisional masih disukai, terutama ketika datang pada perayaan-perayaan agama yang spesial. Usul strateginya melibatkan peningkatan mutu produk, berbagai inovasi yang menarik, juga pemanfaatan pemasaran digital via media sosial serta kehadiran dalam acara-acara kuliner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjaga keberlangsungan UMKM kuliner tradisional, diperlukan kerjasama yang baik antara inovasi produk, penerapan teknologi, serta dukungan dari komunitas dan pemerintah.

Kata kunci: Kewirausahaan, Kuliner Tradisional, kuliner Modern

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, berbagai aspek kehidupan masyarakat mengalami perubahan signifikan, termasuk dalam bidang kuliner. Akses yang semakin mudah terhadap makanan dari berbagai negara membuat masyarakat, terutama generasi muda, semakin tertarik untuk mencoba kuliner modern yang kerap dipromosikan di media sosial (mevlya,dkk 2023). Fenomena ini memberikan tantangan besar bagi pelaku usaha kuliner tradisional, yang harus beradaptasi dengan perubahan selera dan minat konsumen yang lebih mengarah pada makanan modern dan cepat saji. Kondisi ini memicu persaingan ketat antara kuliner tradisional dan

kuliner modern, khususnya di Indonesia yang memiliki kekayaan kuliner lokal yang sangat beragam.

Makanan tradisional, seperti lemang dan tape, merupakan bagian penting dari identitas budaya Indonesia dan memiliki nilai sejarah yang mendalam bagi masyarakat setempat. Lemang dan tape, yang terbuat dari bahan baku lokal dan diolah dengan cara tradisional, menjadi simbol warisan budaya yang perlu dilestarikan. Namun, perubahan gaya hidup dan selera konsumen yang lebih mengarah pada makanan praktis menjadikan makanan tradisional kerap kali dianggap kurang menarik. Kondisi ini membuat para pengusaha kuliner tradisional, termasuk penjual lemang dan tape di Desa Karang Rejo, menghadapi tantangan yang berat dalam mempertahankan eksistensi usahanya.

Desa Karang Rejo terkenal dengan kuliner tradisional lemang dan tape. Namun, di era globalisasi, usaha ini mengalami kendala dalam menghadapi dominasi makanan modern. Berdasarkan penelitian, pelaku usaha kuliner tradisional di daerah pedesaan sering kali kurang memiliki akses terhadap teknologi, modal, serta strategi pemasaran digital yang mampu memperluas jangkauan pasar mereka. Di samping itu, mereka juga perlu mengatasi kendala dalam hal inovasi produk agar mampu menarik perhatian konsumen modern yang lebih tertarik pada variasi rasa dan tampilan yang berbeda.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat ini, strategi adaptif sangat dibutuhkan oleh para pengusaha kuliner tradisional agar dapat bertahan dan bersaing dengan makanan modern. Adaptasi terhadap tren pasar dan penggunaan teknologi digital menjadi hal penting yang harus dipahami oleh para pelaku usaha. Namun, keterbatasan pemahaman terhadap pemasaran digital serta minimnya dukungan dari pemerintah dan komunitas lokal membuat para pelaku usaha tradisional sulit mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan langkah kolaboratif dari berbagai pihak agar usaha kuliner tradisional, seperti lemang dan tape di Desa Karang Rejo, dapat terus berdaya saing dan menarik minat konsumen di tengah era globalisasi ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Sumardi (2007) menjelaskan bahwa pengusaha atau wirausahawan (entrepreneur) merupakan seseorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang diharapkan dengan risiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis dengan cara membuka kesempatan kerja. Hisrich (2001) mengemukakan bahwa kewirausahaan diartikan sebuah proses dinamis dalam menciptakan tambahan kekayaan oleh individu yang

menanggung risiko utama dalam hal modal waktu, dan/atau komitmen karier atau menyediakan nilai bagi beberapa produk atau jasa.

Entrepreneurship atau kewirausahaan adalah merupakan suatu proses yang dinamik atau suatu rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh para entrepreneurship di dalam usahanya untuk menghasilkan dan memberi nilai tambah bagi produk atau jasa tertentu yang telah diperjuangkan dengan gigih sehingga berhasil mendapatkan keuntungan atau keberhasilan secara komersial menurut Murtini (2009).

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses secara sistematis dan berkelanjutan baik formal maupun informal dalam rangka membentuk manusia wira usaha. Pendidikan kewirausahaan ini tidak hanya bertujuan mengubah jiwa atau sikap agar memenuhi kriteria manusia wirausaha, tetapi juga bertujuan untuk dapat meningkatkan keterampilan dan keahlian tertentu sehingga dapat mendukung seseorang atau suatu masyarakat dalam berwirausaha menurut Marie (2013).

Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional adalah warisan budaya yang mencerminkan identitas suatu daerah atau kelompok etnis tertentu. Ia mencakup cara pengolahan, penyajian, dan cita rasa khas yang sering kali diwariskan turun-temurun. Kuliner tradisional mengandung nilai sejarah dan budaya, serta menjadi simbol identitas masyarakat lokal. Selain itu, kuliner tradisional sering dikaitkan dengan bahan-bahan alami dan teknik memasak tradisional yang menggunakan alat-alat sederhana, seperti tungku kayu atau batu.

Kuliner tradisional tidak hanya sekadar makanan, tetapi juga mencerminkan nilai budaya yang berkembang dalam masyarakat. Setiap proses dan bahan yang digunakan sering kali memiliki makna tersendiri. Misalnya, bahan-bahan yang dipilih biasanya berasal dari sumber daya alam sekitar, yang menunjukkan adaptasi masyarakat terhadap lingkungannya. Penyajian dan proses memasak juga sering dikaitkan dengan adat-istiadat atau upacara tertentu, seperti dalam tradisi Jawa dengan nasi tumpeng yang digunakan dalam acara syukuran atau perayaan tertentu.

Kuliner tradisional saat ini semakin diakui sebagai aset pariwisata yang dapat menarik wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Makanan khas dari daerah tertentu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin merasakan keunikan rasa dan pengalaman budaya dari daerah tersebut. Dari sisi ekonomi, kuliner tradisional menjadi peluang bagi masyarakat lokal untuk mengembangkan industri makanan dan minuman. Industri ini juga dapat membuka lapangan pekerjaan serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pelestarian kuliner tradisional menghadapi berbagai tantangan, terutama dari modernisasi dan globalisasi.

Banyak makanan tradisional yang kurang diminati karena dianggap kurang praktis atau kalah bersaing dengan makanan cepat saji. Selain itu, bahan-bahan asli yang digunakan dalam kuliner tradisional sering kali sulit didapatkan akibat perubahan lingkungan dan urbanisasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya pelestarian, baik dari pemerintah, masyarakat, maupun para pelaku industri kuliner, seperti dengan mengadakan festival kuliner tradisional, memperkenalkan kuliner tradisional di sekolah, serta mempromosikannya melalui media sosial.

Kuliner Modern

Kuliner modern adalah fenomena yang berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup, teknologi, dan globalisasi. Kuliner ini tidak hanya mencakup aspek rasa, tetapi juga melibatkan presentasi, inovasi dalam bahan-bahan, teknik masak, serta pengaruh budaya yang semakin beragam. Dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial, kuliner modern lebih mudah diakses dan dikenal oleh masyarakat luas. Kuliner modern sering kali melibatkan eksperimen dengan bahan-bahan baru dan teknik masak yang lebih canggih. Sebagai contoh, penggunaan bahan organik atau lokal yang sebelumnya kurang dikenal di dunia kuliner kini banyak dimanfaatkan dalam masakan modern. Selain itu, teknik memasak seperti sous-vide, molekuler gastronomy, dan penggunaan alat masak canggih menjadi bagian dari eksperimen kuliner masa kini.

Globalisasi membawa pengaruh yang signifikan terhadap dunia kuliner, dengan munculnya fusi antara masakan dari berbagai negara. Fenomena ini tidak hanya memperkenalkan masakan baru, tetapi juga menciptakan peluang bagi munculnya tren kuliner global yang diterima oleh masyarakat dunia. Di Indonesia misalnya, banyak restoran yang menggabungkan masakan tradisional dengan elemen masakan Barat atau Jepang. Peran media sosial dalam penyebaran kuliner modern sangat besar. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah menjadi sarana untuk berbagi resep, teknik memasak, serta pengalaman kuliner yang menarik. Restoran atau chef terkenal pun menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan karya kuliner mereka. Hal ini turut membentuk tren kuliner yang berkembang dengan cepat. Salah satu ciri khas kuliner modern adalah perhatian terhadap estetika sajian. Tidak hanya soal rasa, tetapi juga bagaimana makanan tersebut disajikan dan pengalaman makan yang diberikan kepada konsumen. Presentasi makanan dengan plating yang artistik, suasana restoran yang nyaman dan Instagramable, serta konsep makan yang unik semakin menjadi daya tarik bagi para konsumen.



3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi yang dipilih peneliti untuk mengamati atau menggambarkan suatu fenomena, mengumpulkan informasi dan menyajikan hasil dari penelitian ini. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman mengenai suatu fenomena. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM yang memproduksi tape ubi, tape pulut, dan lemang di era digitalisasi dan globalisasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik atau pengelola UMKM di Desa Karang Rejo, Langkat untuk memahami motivasi, strategi pemasaran, inovasi, serta tantangan yang dihadapi dalam digitalisasi usaha. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, dengan kriteria seperti pengalaman usaha lebih dari dua tahun. Data dianalisis dengan cara penarikan kesimpulan guna mengidentifikasi pola atau tema utama. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai adaptasi UMKM makanan tradisional dalam menghadapi persaingan di pasar global. Referensi dari jurnal terkait antara lain mencakup penelitian tentang pengaruh digitalisasi terhadap UMKM, peran inovasi produk, dan strategi pemasaran UMKM di era globalisasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah prosedur Pembuatan Tape dan Lemang Nenek Sumini yang sudah diamati oleh Peneliti :

Tape ketan Hitam	Bahan - Bahan	Prosedur Pembuatan
	<ul style="list-style-type: none"> - Pulut Hitam - Gula Putih - Daun Pisang - Butir Ragi Tape 	<p>Cuci bersih ketan hitam sebanyak 500 gr lalu masak dengan air secukupnya. setelah setanga matang masukan ketan putih yg sudah di cuci sebanyak 1 kg, lalu di aduk hingga merata setelah setelah air menyusut pindahkan ke kukusan, kukus hingga matang setelah matang di letakan di tampah untuk di</p>

		dinginkan setelah dingin baru di ragiin hingga merata baru di bungksin Pakai daun
<p style="text-align: center;">Tape Ubi</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Ubi Kayu - Butir Ragi - Tape - Gula putih 	<p>Kupas singkong, kerok kulit arinya. Lalu potong potong menurut selera dan cuci bersih berulang-ulang hingga airnya benar-bener bening. Didihkan air didandang kukus singkong hingga matang, setelah matang angkat singkong dan tata dinampan alasi dengan daun pisang, lalu dinginkan hingga benar-bener dingin baru ditaburi ragi. Taburi rata singkong dengan ragi, elanjutnya siapkan wadah yang ada tutupnya, tutup rapat dengan penutup aslinya wadah bungkus lagi dengan kain bersih. Diamkan atau fermentasikan hingga 2 atau 3 hari baru tape singkong siap dijual.</p>
<p style="text-align: center;">Lemang</p> 	<p>Bahan: ketan putih santan kelapa</p> <p>Bumbu:kemiri merica garam</p>	<p>Rendam ketan selama 12 jm haluskan bumbu campurkan dgn santan. masukan ketan ke dlm bambu yg sudah di lapsi daun setelah itu isi dgn santan yg berbungbu tadi tutup atasnya dgn daun baru di panggang dgn bara sekitar 3 jam</p>

Dari Hasil wawancara yang sudah dilakukan, Seiring dengan munculnya ide-ide baru dalam industri kuliner, tentunya tantangan untuk mempertahankan makanan khas daerah akan semakin besar. Tantangan pemasaran makanan khas daerah dapat bervariasi tergantung pada kondisi dan karakteristik masing-masing daerah. Berikut adalah beberapa tantangan umum yang dihadapi dalam pemasaran makanan khas daerah:

1. Minimnya Permintaan dan Berubahnya Preferensi Konsumen, Terutama dari masyarakat milenial yang lebih tertarik pada makanan jenis fast food dan makanan non-tradisional dari barat. Berubahnya preferensi konsumen juga dapat mempengaruhi permintaan. Menyesuaikan makanan khas daerah agar tetap relevan dengan selera konsumen merupakan tantangan tersendiri.
2. Kendala Dalam Proses Produksi, seperti kelangkaan bahan dan proses produksi yang sedikit rumit.
3. Persaingan, persaingan yang ketat dengan makanan modern atau makanan dari luar yang dibawa ke Indonesia.
4. Kendala Dalam Pemasaran, termasuk persaingan dan fasilitas pemasaran yang terbatas.
5. Kendala Kemasan, kemasan yang cenderung kurang menarik dan cita rasa yang unik sehingga sulit diterima oleh calon konsumen.
6. Konservasi dan Kualitas, Menjaga konsistensi dan kualitas makanan khas daerah dalam skala produksi yang lebih besar bisa jadi sulit. Hal ini bisa memerlukan inovasi dalam proses produksi yang tetap mempertahankan cita rasa asli dan kualitasnya.
7. Distribusi dan Akses Pasar, Menjangkau pasar yang lebih luas mungkin memerlukan perencanaan distribusi yang baik, terutama jika produk berasal dari daerah tertentu. Infrastruktur logistik yang terbatas atau biaya distribusi tinggi bisa menjadi kendala.
8. Perizinan dan Regulasi, Makanan khas daerah mungkin menghadapi tantangan terkait perizinan, kepatuhan terhadap regulasi pangan, dan stkamur keamanan pangan yang berbeda di setiap daerah atau negara.
9. Pendanaan dan Skalabilitas, Memperluas produksi makanan khas daerah membutuhkan pendanaan yang cukup serta perencanaan bisnis yang baik untuk mengatasi tantangan finansial dan skala produksi.

Berbagai hal yang perlu diperhatikan dalam kewirausahaan UMKM kuliner antara lain identifikasi peluang usaha, perencanaan produk dan sumber daya, perhitungan modal usaha dan biaya operasional, aspek pemasaran, dan aspek pengembangan. Strategi pengembangan bisnis merupakan salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan

suatu perusahaan. Pentingnya strategi ini tercermin dari kemampuannya dalam mempengaruhi perkembangan dan kemajuan perusahaan. Pembahasan mengenai strategi pengembangan bisnis tidak hanya menarik, namun juga berperan penting dalam menentukan arah dan tujuan perusahaan Anda. Fluktuasi harga bahan baku juga menjadi kendala penting dan sangat serius. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan manajemen rantai pasok dan pengelolaan keuangan yang baik untuk menjaga stabilitas biaya dan keuntungan.

1. Strategi SO (Strength – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (peluang). Strategi ini didasarkan pada gagasan untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk melestarikan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang dilakukan oleh usaha panganan tradisional adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku UMKM Berusaha keras untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas dan menjaga kualitas produk.
- b. Menjaga hubungan baik dengan konsumen.
- c. Penggunaan pemasaran online untuk memasarkan produk.

2. Strategi ST (Strength – Threat)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (ancaman). Strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi segala ancaman eksternal. Strategi ST yang diterapkan oleh perusahaan tradisional adalah:

- a. Mempertahankan kualitas bahan baku yang tinggi meskipun harga bahan baku sedang fluktuatif.
- b. Menjaga harga untuk mendorong masyarakat membeli.
- c. Pelaku UMKM berusaha menjadikan produk kita lebih inovatif, memiliki ciri khas, dan membedakan diri kita dari pesaing.

3. Strategi WO (Weakness – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal (kelemahan) dan faktor eksternal (peluang). Penerapan strategi ini didasarkan pada pemanfaatan peluang yang ada dengan memitigasi kelemahan perusahaan.

Strategi WO yang ditempuh Usaha Tradisional yaitu:

1. Mengontrol harga produk agar tidak terlalu berbeda jauh dengan pesaing.
2. Mengupayakan untuk meningkatkan strategi promosi sehingga dapat bersaing dengan pesaing lain.

4. Strategi WT (Weakness – Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan faktor eksternal, Strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha Menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi Kelemahan perusahaan.

Strategi WT yang ditempuh Usaha Tradisional Yaitu:

1. Meningkatkan strategi promosi yang selama ini sederhana dibuat lebih Menarik agar tingkat daya beli masyarakat meningkat.
2. Mempertahankan penggunaan bahan baku yang sesuai agar tidak terjadi Penurunan kualitas.

Dari hasil survey yang ditemukan, Modal Awal Nenek Sumini penjual Kuliner tradisional sekitar : Rp500.000, perhari nya pendapatan atau keuntungan yang diperoleh oleh nenek Sumini sebagai penjual lemang dan Tape sekitar Rp. 800.000. berbeda dengan hari-hari besar seperti Ramadhan, Idul Fitri, Idul Adha, Pendapatan yang diperoleh sekitar Rp. 2.500.000. Nenek Sumini sudah menempuh Penjualan Lemang dan Tape ini selama 15 tahun. Dapat peneliti simpulkan bahwa Penjualan Lemang dan Tape di daerah desa karang Rejo Ir. 24 perkebunan turangie, kec Bahorok kab langkat. Cukup diminati oleh masyarakat walaupun sudah banyak makanan-makanan Modern yang semakin populer. Cita Rasa dari Lemang dan Tape sebagai salah satu makanan Tradisional tidak merubah varian ciri khas rasanya yang sudah awam di lidah masyarakat Indonesia. Di era sekarang sudah banyak populasi Makanan tradisional yang semakin di minati oleh orang-orang, menjaga kualitas dan citarasa Makanan, Hal ini sangat penting untuk membuat konsumen membeli produk. Jika rasa atau kualitas suatu produk berubah, konsumen kemungkinan besar akan berhenti membelinya.

Namun hal ini juga menjadi tantangan yang cukup besar dikalangan Usaha kuliner tradisional UMKM yang tidak mengandalkan Teknologi saat ini. Perkembangan Teknologi yang semakin pesat, membuat Rata-rata konsumen atau masyarakat ingin mendapatkan yang lebih praktis. Maka dari itu Peneliti memberikan saran kepada Nenek Sumini sebagai UMKM kuliner tradisional yaitu Penjual Kuliner Tradisional harus lebih Memanfaatkan Media Sosial, Promosi menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan sebagainya. Dan juga dapat melakukan promosi berbayar menggunakan Google Ads. Strategi ini juga sangat efektif untuk melakukan pemasaran karena nenek sumini dapat menentukan target pasar yang di inginkan. Pamerkan di Acara dan Festival Makanan, Ikut serta dalam acara dan festival makanan daerah atau nasional untuk memperkenalkan makanan kamu kepada lebih banyak orang. Ini juga bisa menjadi kesempatan untuk mengadakan sesi uji coba gratis. Serta coba untuk Menekankan Keunikan Produk, Menyoroti keunikan dan keistimewaan makanan khas

daerah. Informasi ini dapat menarik minat konsumen yang ingin merasakan pengalaman kuliner lokal.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM masakan tradisional seperti Pengusaha Tape (ketan hitam dan singkong) dan Lemang di Desa Karang Rejo menghadapi tantangan besar untuk bertahan dan tetap digital di era globalisasi. Tantangan utamanya adalah:

1. Perubahan selera konsumen. Permintaan akan masakan tradisional yang lezat semakin berkurang karena generasi muda lebih memilih makanan cepat saji modern yang dipromosikan melalui media sosial.
2. Pembatasan produksi. Proses produksi tradisional membutuhkan lebih banyak waktu dan tenaga, serta sulit memperoleh bahan baku berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.
3. Keterbatasan Pemasaran Digital. Sebagian besar pelaku ekonomi belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal seperti: Seperti pemasaran melalui media sosial atau menggunakan platform e-commerce yang membantu Anda menjangkau pasar yang lebih besar.

Namun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa makanan tradisional kemungkinan besar akan tetap diminati di masa depan karena rasanya yang unik dan tak tergantikan serta nilai budayanya yang tinggi. Potensi ini paling terlihat pada saat-saat tertentu seperti hari raya dan acara adat, dimana permintaan terhadap makanan tradisional meningkat secara signifikan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM masakan tradisional perlu menerapkan beberapa strategi.

1. Meningkatkan kualitas produk dan inovasi. Menciptakan varian baru yang lebih sesuai dengan selera generasi muda, termasuk menarik dan ramah lingkungan, dengan tetap mempertahankan kemasan asli yang ramah rasa.
2. Pemasaran Digital yang Efektif. Gunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk promosi produk, dan pertimbangkan untuk menggunakan iklan berbayar seperti Google Ads untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Berpartisipasi dalam Acara Kuliner. Berpartisipasi dalam festival kuliner dan pameran dagang memungkinkan Anda memperkenalkan produk Anda kepada khalayak yang lebih luas dan membangun citra positif masakan tradisional.

4. Kolaborasi dan Dukungan Dukungan pemerintah, masyarakat lokal, dan pihak swasta diperlukan untuk memberikan pelatihan, pembiayaan, dan infrastruktur digital guna mendukung pengembangan UMKM masakan tradisional.

Dengan menerapkan strategi tersebut, UMKM masakan tradisional di Desa karang Rejo akan tetap menjaga kekayaan budaya lokal yang tercermin dari cita rasa masakan tradisional, dengan tetap menjaga keberlangsungan usahanya dan mencapai jangkauan global yang mampu bersaing.

6. REFERENSI

- Azkiya, R., & Ramdhani, T. (2020). Potensi Kuliner Tradisional sebagai Atraksi Pariwisata Budaya di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nasional*, 5(2), 115-123.
- Candra, M. A., Enjeladinata, O. V., & Widana, M. R. (2023, October). Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 352-361).
- Fajri, M. H. F., Zaki, N. N., & Pratama, R. A. (2024). Keberlanjutan Usaha Kuliner: Analisis Tantangan dan Strategi Pengembangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3).
- Krisdayanti, C. (2024). *ANALISIS PENDAPATAN USAHA LEMANG TAPAI DIKECAMATAN SELEBAR KOTA BENGKULU* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Bengkulu).
- Kurniawan, H., & Setiawan, M. (2023). Teknologi dan Media Sosial dalam Memperkenalkan Kuliner Modern. *Jurnal Teknologi Kuliner*, 12(2), 213-220.
- Putri, I., Mulyadi, A. I., Fajarini, S. D., & Eriyansyah, R. (2023). Transformasi Digital Umkm Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 3(1), 28-40.
- Ramadhani, N. T., & Nurnida, I. (2017). Pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 1(1), 89-97.
- S. Agus, dkk. 2022. Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner. *LP2M-Universitas Negeri Makassar*
- Sari, D. P., & Hidayat, T. (2022). Inovasi Kuliner Modern di Indonesia: Antara Tradisi dan Tren Global. *Jurnal Kuliner Indonesia*, 7(1), 45-55.
- Sukma, L., Marsudi, E., & Zakiah, Z. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Kue Tradisional Aceh di Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(3), 86-98.