

ANALISIS STRATEGI IMPLEMENTASI PEMPEK DI KOTA PALEMBANG: TINJAUAN TERHADAP INOVASI, PEMASARAN, DAN PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL

Rizka Femiza¹, Sutantri², Iva Khoiril Mala³
femizarsk@gmail.com¹, tantriaiva.no@gmail.com², ivamala180496@gmail.com³
Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi implementasi pempek di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data sekunder berupa literatur terkait industri kuliner dan analisis pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi implementasi pempek di Kota Palembang melibatkan berbagai faktor inovasi produk, kemasan praktis dan ramah lingkungan, penggunaan bahan baku lokal, promosi melalui media sosial, dan kerjasama distribusi dengan ritel besar. Pembahasan menggarisbawahi pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar, penguatan citra produk melalui inovasi dan kualitas, serta optimalisasi saluran distribusi untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Kesimpulannya, strategi implementasi yang efektif untuk pempek di Kota Palembang melibatkan kombinasi inovasi produk, pemasaran yang cerdas, pemilihan bahan baku berkualitas, promosi yang kuat, dan distribusi yang efisien. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang dinamika industri kuliner serta kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing produk lokal seperti pempek.

Kata Kunci: Pempek, Palembang, Inovasi, Pemasaran, Produk lokal.

PENDAHULUAN

Persaingan di berbagai bidang industri semakin ketat di era ini. Hal ini memaksa perusahaan untuk terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka agar dapat bertahan dan bahkan unggul di pasar. Dalam konteks keunggulan kompetitif, kinerja karyawan, pelayanan pelanggan, dan kualitas produk memang menjadi fokus utama. Di sektor makanan dan kuliner, terutama di Indonesia, persaingannya memang sangat sengit. Produsen makanan harus terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk yang menarik bagi konsumen. Selain itu, faktor-faktor seperti kualitas bahan baku, rasa, kebersihan, dan juga kemasan menjadi sangat penting untuk memenangkan hati konsumen.

Di Indonesia, faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan atau keberhasilan sebuah bisnis adalah peran seorang wirausaha. Seorang wirausaha harus menunjukkan peran yang tepat dalam menggerakkan bisnisnya agar mampu menghasilkan produk yang dapat diterima dan disukai oleh masyarakat. Oleh karena itu, peran kewirausahaan sangat penting dalam mengembangkan sebuah usaha. Kesuksesan sebuah usaha tidak hanya bergantung pada skala besar atau kecilnya, tetapi lebih pada kemampuan dalam mengelolanya dan kemampuan melihat peluang bisnis yang ada di sekitarnya. Kesuksesan tidak didapatkan secara instan, melainkan melalui tahapan-tahapan yang dijalankan oleh seorang wirausaha. Mereka harus memiliki ide dan visi yang kuat untuk bisnis mereka di masa depan, serta siap menghadapi risiko yang mungkin terjadi. Langkah selanjutnya adalah membuat perencanaan usaha dan mengorganisasikan serta menjalankannya secara efektif.

Pempek, sebuah makanan khas dari Palembang, telah mengukir namanya sebagai bagian tak terpisahkan dari budaya dan warisan kuliner Sumatera Selatan. Kota Palembang dianggap sebagai pusat utama produksi dan konsumsi pempek, menjadi tempat di mana variasi rasa dan jenisnya berkembang pesat dan menjadi favorit tidak hanya di

Indonesia, tetapi juga di berbagai belahan dunia (Ningrum and Arrianie, 2020). Keunikan pempek tidak hanya terletak pada rasa yang khas, tetapi juga pada teksturnya yang unik dan sejarah yang menyertainya. Dari mulai proses pembuatannya yang rumit hingga beragamnya jenis dan varian pempek yang ditawarkan, setiap hidangan pempek memiliki cerita tersendiri yang memperkaya pengalaman kuliner bagi siapa pun yang menikmatinya. Selain itu, pempek juga telah menjadi ikon kuliner yang dicari oleh banyak orang, baik sebagai bagian dari pengalaman gastronomi maupun sebagai lambang dari kekayaan budaya dan tradisi Palembang. Keberadaannya yang telah menyebar hingga ke luar negeri turut memperkuat reputasinya sebagai salah satu makanan Indonesia yang paling terkenal dan diinginkan oleh banyak orang (Wargadalem, Wasino and Yulifar, 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian terhadap peningkatan strategi implementasi pempek di Kota Palembang semakin meningkat, terutama seiring dengan perkembangan tren pasar dan persaingan yang semakin ketat. Pempek tidak lagi hanya dipandang sebagai produk makanan lokal, tetapi juga dianggap sebagai potensi bisnis yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah inovasi dalam produksi pempek. Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang semakin beragam menuntut adanya inovasi dalam penawaran produk pempek, baik dari segi rasa, kemasan, maupun pengolahan. Selain itu, strategi pemasaran juga menjadi faktor penentu dalam memperluas pasar dan meningkatkan awareness terhadap pempek Palembang. Penggunaan media sosial, promosi lokal dan internasional, serta kerja sama dengan pelaku bisnis lainnya dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkenalkan pempek ke pasar yang lebih luas.

Tak kalah pentingnya, pengembangan produk lokal juga menjadi bagian integral dari strategi implementasi pempek di Kota Palembang. Penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas, pemantauan terhadap rantai pasok, dan upaya untuk menjaga keaslian rasa dan tradisi dalam pembuatan pempek menjadi faktor kunci dalam mempertahankan daya saing produk ini di pasaran. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam hal pembinaan, pelatihan, dan pemasaran produk lokal juga berkontribusi besar terhadap keberhasilan strategi implementasi pempek di Kota Palembang.

Inovasi, pemasaran, dan pengembangan produk lokal memainkan peran krusial dalam strategi implementasi pempek di Kota Palembang. Inovasi dalam produksi pempek memungkinkan untuk menjawab tuntutan pasar yang terus berubah, menyesuaikan rasa, kemasan, dan proses produksi dengan preferensi konsumen modern. Strategi pemasaran yang efektif membantu memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness, dan memperkuat citra pempek Palembang sebagai produk kuliner yang unggul. Sementara itu, pengembangan produk lokal dengan memanfaatkan bahan baku berkualitas dari daerah setempat tidak hanya menjaga keaslian rasa dan tradisi, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi dan memperkuat posisi pempek Palembang dalam pasar domestik maupun internasional. Dengan demikian, kombinasi dari ketiga aspek ini menjadi fondasi utama dalam membangun strategi implementasi yang sukses bagi industri pempek di Kota Palembang.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi strategi implementasi pempek di Kota Palembang. Analisis yang komprehensif terhadap inovasi, pemasaran, dan pengembangan produk lokal dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku bisnis, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya untuk mengoptimalkan potensi industri pempek dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di daerah ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan industri

makanan tradisional di Kota Palembang dan meningkatkan kualitas dan daya saing pempek di kota tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam menganalisis strategi implementasi pempek di Kota Palembang. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur terkait industri kuliner, analisis pasar, dan strategi pemasaran dalam konteks kuliner khas Palembang. Data sekunder ini meliputi laporan industri, jurnal akademik, artikel media, dan data statistik terkait konsumsi masyarakat terhadap pempek di Kota Palembang.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui proses pengumpulan, penyusunan, dan interpretasi data sekunder yang relevan dengan strategi implementasi pempek. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyaring informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, seperti tren konsumsi pempek, preferensi konsumen, strategi pemasaran yang efektif, dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi pempek di pasar. Penyusunan data dilakukan dengan merangkum informasi yang diperoleh menjadi temuan yang menggambarkan kondisi pasar dan strategi yang digunakan oleh pelaku industri pempek di Kota Palembang. Interpretasi data dilakukan dengan menganalisis hubungan antara temuan yang diperoleh dengan teori-teori yang relevan dalam bidang strategi pemasaran dan manajemen bisnis untuk menghasilkan kesimpulan yang mendalam dan informatif mengenai strategi implementasi pempek di Kota Palembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Inovasi Yang Dilakukan Oleh Produsen Pempek Di Kota Palembang

Untuk Memenuhi Kebutuhan Dan Preferensi Konsumen Yang Terus Berubah Pempek, sebuah makanan tradisional khas Palembang, telah menjadi bagian integral dari budaya dan identitas masyarakat setempat. Dalam beberapa tahun terakhir, produsen pempek di Kota Palembang telah melakukan berbagai inovasi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Dalam konteks industri pempek di Kota Palembang, inovasi menjadi kunci utama dalam menjawab tuntutan pasar yang terus berubah dan meningkatkan daya saing produk. Inovasi dalam hal rasa, kemasan, dan proses produksi telah menjadi strategi yang diimplementasikan oleh produsen pempek untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin kompleks (Irawati, 2023).

Selanjutnya, inovasi dalam rasa dan variasi produk merupakan strategi utama yang diterapkan oleh produsen pempek di Kota Palembang untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin beragam. Melalui pengembangan variasi rasa pempek yang lebih beragam, seperti pempek dengan tambahan bahan-bahan baru seperti udang, cumi, atau sayuran, produsen pempek mampu menciptakan pengalaman kuliner yang baru dan menarik bagi konsumen modern yang selalu mencari keunikan dan inovasi dalam makanan (Wulandari, Agustini and Fahmi, 2024). Selain itu, dengan menghadirkan variasi produk yang lebih banyak, produsen juga dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan memenuhi preferensi konsumen yang memiliki selera berbeda-beda. Hal ini juga dapat memperkuat citra pempek Palembang sebagai produk kuliner yang selalu berinovasi dan relevan dengan perkembangan tren konsumen.

Inovasi dalam kemasan telah menjadi fokus utama bagi produsen pempek dalam upaya mereka untuk memikat perhatian konsumen. Selain menciptakan variasi rasa yang menarik, pemilihan kemasan yang praktis, estetis, dan ramah lingkungan menjadi aspek

penting yang mereka perhatikan. Contohnya adalah penggunaan kemasan plastik yang dapat didaur ulang, sehingga membantu mengurangi dampak lingkungan dari limbah plastik. Selain itu, produsen juga menciptakan kemasan yang mudah dibawa untuk konsumsi di luar rumah, seperti kemasan yang ringkas dan mudah dibuka. Pendekatan ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam mengonsumsi produk, tetapi juga menunjukkan komitmen produsen dalam menjaga lingkungan dengan meminimalkan dampak limbah kemasan (Susanti, 2017). Dengan mempertimbangkan aspek kemasan ini, produsen pempek dapat memperkuat citra merek mereka sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan memenuhi ekspektasi konsumen modern yang semakin sadar akan pentingnya praktik berkelanjutan dalam industri makanan.

Selain itu, inovasi dalam proses produksi menjadi aspek kunci yang diperhatikan oleh produsen pempek di Kota Palembang guna meningkatkan efisiensi, kualitas, dan keamanan produk. Salah satu upaya inovatif yang dilakukan adalah penggunaan teknologi modern, seperti mesin-mesin otomatisasi, dalam proses pembuatan pempek. Penggunaan mesin otomatisasi tidak hanya mempercepat proses produksi secara keseluruhan, tetapi juga membantu menjaga konsistensi rasa, tekstur, dan kualitas produk pempek. Dengan adanya kontrol yang lebih ketat dalam proses produksi, produsen dapat menghindari kesalahan manusia yang mungkin terjadi dan menghasilkan pempek dengan standar yang lebih tinggi. Selain itu, penggunaan teknologi modern juga berkontribusi dalam meningkatkan keamanan produk dengan memastikan sanitasi dan higienitas lingkungan produksi. Dengan demikian, inovasi dalam proses produksi bukan hanya tentang efisiensi, tetapi juga tentang memastikan bahwa produk pempek yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi dan aman untuk dikonsumsi oleh konsumen (Setiawan, 2017).

Inovasi dalam penggunaan bahan baku lokal menjadi strategi yang diadopsi dengan cermat oleh produsen pempek di Kota Palembang. Mereka memahami bahwa menjaga keaslian rasa dan memberikan nilai tambah ekonomi tidak hanya menguntungkan bagi bisnis mereka, tetapi juga penting untuk mempertahankan citra autentik produk pempek Palembang. Salah satu contoh nyata dari inovasi ini adalah penggunaan ikan lokal yang segar dan berkualitas tinggi, yang biasanya diperoleh dari perairan sekitar Palembang. Pilihan ini tidak hanya mengurangi biaya logistik dan pengiriman, tetapi juga memastikan bahwa bahan baku yang digunakan tetap segar dan memiliki rasa yang autentik sesuai dengan tradisi pempek Palembang. Hal ini sejalan dengan penelitian (Bangsawan, 2018), inovasi dalam penggunaan bahan baku lokal tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi bagi produsen, tetapi juga menjaga keberlanjutan sumber daya lokal dan menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional dalam pembuatan pempek, yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang otentik dan berkesan.

Inovasi penggunaan sayuran sebagai bahan tambahan dalam pembuatan pempek merupakan langkah progresif yang diambil oleh produsen pempek di Kota Palembang. Tujuan utama dari inovasi ini adalah untuk meningkatkan nilai gizi dan rasa pempek, sekaligus memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan. Dengan mengintegrasikan sayuran dalam proses pembuatan pempek, produsen mampu memberikan pilihan yang lebih seimbang dan bergizi bagi konsumen, sambil tetap mempertahankan karakteristik unik dari pempek Palembang (Nuraelah et al., 2023). Misalnya, penggunaan wortel, bayam, atau kentang dalam campuran adonan pempek dapat memberikan tambahan serat, vitamin, dan mineral yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Selain itu, penggunaan sayuran juga memberikan variasi rasa dan tekstur yang menarik, yang dapat menarik minat konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang lebih beragam. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya mengikuti tren kesehatan dan

gaya hidup yang lebih sehat, tetapi juga menghadirkan nilai tambah pada produk pempek Palembang, menjadikannya lebih relevan dan kompetitif di pasar yang semakin beragam dan sadar akan gizi.

Inovasi-inovasi lain yang diterapkan oleh produsen pempek di Kota Palembang mencakup aspek pengembangan bisnis yang efektif dan efisien, tidak hanya terbatas pada peningkatan kualitas produk semata. Salah satu contoh nyata dari inovasi ini adalah penggunaan teknologi pengasapan ikan terbang dalam mempersiapkan bahan baku pempek. Dengan memanfaatkan teknologi ini, produsen dapat meningkatkan kualitas ikan yang digunakan, baik dari segi rasa, aroma, maupun tekstur, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kualitas akhir produk pempek (Astria, 2018). Inovasi ini juga membantu produsen pempek untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin meningkat terhadap kualitas dan keamanan pangan. Dengan menggunakan teknologi pengasapan ikan terbang yang canggih, produsen dapat memastikan bahwa ikan yang digunakan dalam pembuatan pempek memiliki standar kebersihan dan keamanan yang tinggi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka, tetapi juga membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen yang lebih selektif dan sadar akan kualitas produk yang mereka konsumsi. Selain itu, inovasi ini juga berpotensi untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok pempek, karena penggunaan teknologi modern dapat mempercepat proses pengolahan dan persiapan bahan baku. Hal ini dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan produktivitas, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada keberlangsungan bisnis produsen pempek di Kota Palembang (Yunita, Apriani and Irmaya, 2022). Dengan demikian, inovasi teknologi pengasapan ikan terbang bukan hanya menghadirkan peningkatan kualitas produk, tetapi juga mengoptimalkan aspek bisnis yang penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan industri pempek di daerah ini.

2. Peran Bauran Pemasaran Sebagai Strategi Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan Pempek Di Kota Palembang

Bauran pemasaran, yang juga dikenal sebagai marketing mix, terdiri dari empat elemen utama yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan pempek di Kota Palembang harus memperhatikan setiap elemen ini dengan cermat.

Pertama, elemen produk dalam bauran pemasaran merupakan faktor penting yang memengaruhi penjualan pempek di Kota Palembang. Elemen ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas hingga inovasi produk pempek yang ditawarkan kepada konsumen. Misalnya, produsen pempek dapat mengembangkan variasi rasa pempek yang unik dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal khas Palembang, seperti ikan lokal yang segar atau rempah-rempah tradisional yang khas. Dengan melakukan ini, produsen pempek tidak hanya memberikan nilai tambah pada produk mereka, tetapi juga menciptakan pengalaman kuliner yang autentik bagi konsumen. Hal ini dapat meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk pempek Palembang, serta memperluas pangsa pasar melalui diferensiasi produk yang menarik (Cahyani and Praputra, 2023). Dengan demikian, elemen produk menjadi salah satu pilar utama dalam strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan pempek di Kota Palembang.

Kedua, Elemen harga dalam strategi pemasaran pempek di Kota Palembang adalah aspek yang perlu dipertimbangkan secara mendalam. Hal ini karena harga harus sesuai dengan segmentasi pasar dan daya beli konsumen di wilayah tersebut. Contohnya, produsen pempek dapat mengadopsi strategi pilihan harga yang fleksibel. Mereka dapat menawarkan pempek premium dengan harga lebih tinggi untuk konsumen yang

mengutamakan kualitas terbaik dan siap membayar lebih. Di sisi lain, mereka juga dapat menawarkan pempek dengan harga terjangkau untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk konsumen dengan budget lebih terbatas. Hal ini sesuai dengan studi (Agung, 2022), dimana strategi penetapan harga yang bijak dan sesuai dengan kebutuhan pasar dapat membantu produsen pempek menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan mereka di Kota Palembang .

Ketiga, Promosi menjadi elemen penting dalam bauran pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk pempek di Kota Palembang. Salah satu contoh strategi promosi yang efektif adalah dengan melakukan kampanye iklan yang geografis terfokus pada media lokal Palembang, seperti radio, televisi, dan surat kabar lokal. Melalui kampanye ini, produsen pempek dapat menjangkau audiens lokal dengan pesan-pesan yang relevan dan menarik bagi mereka (Zinaida and Anggraini, 2022). Selain itu, mengadakan acara promosi atau demo produk di pasar tradisional atau mal juga dapat menjadi strategi yang efektif. Selain itu, kampanye promosi yang dilakukan secara periodik juga dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif. Misalnya, produsen pempek dapat mengadakan promo diskon atau penawaran khusus selama periode tertentu, seperti saat hari-hari besar atau perayaan khusus. Hal ini tidak hanya dapat mendorong peningkatan penjualan secara langsung, tetapi juga membantu memperkenalkan produk kepada konsumen yang mungkin belum mencoba pempek sebelumnya. Dengan menghadirkan pempek langsung kepada konsumen potensial dan memberikan kesempatan untuk mencicipi produk secara langsung, ini dapat membantu membangun kepercayaan dan minat konsumen terhadap pempek yang ditawarkan (Permatasari et al., 2023).

Tidak hanya itu, menggandeng influencer lokal yang memiliki pengaruh di masyarakat juga merupakan strategi promosi yang cerdas. Dengan bekerja sama dengan influencer yang memiliki audiens yang besar dan terpercaya, produsen pempek dapat memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas dan meningkatkan eksposur merek mereka di pasar. Media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam mempromosikan produk makanan. Produsen pempek di Kota Palembang dapat memanfaatkan media sosial untuk membagikan konten-konten menarik, seperti foto-foto pempek yang menggugah selera, video proses pembuatan pempek yang menghibur, atau testimoni dari pelanggan yang puas. Dengan kreativitas dalam konten dan konsistensi dalam posting, strategi pemasaran melalui media sosial dapat membangun buzz positif di kalangan konsumen, menarik perhatian calon pelanggan potensial, dan meningkatkan interaksi dengan audiens. (Pertiwi and Zinaida, 2020).

Keempat, Elemen distribusi merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran produk pempek di Kota Palembang. Produsen pempek harus mempertimbangkan dengan baik bagaimana produk mereka dapat diakses dengan mudah oleh konsumen. Salah satu strategi distribusi yang efektif adalah dengan menjalin kerjasama dengan toko-toko dan supermarket terkemuka di Kota Palembang. Dengan bekerjasama dengan para pemain besar di industri ritel, produsen pempek dapat memperluas jangkauan distribusi mereka dan membuat produk lebih mudah dijangkau oleh konsumen di berbagai lokasi. Selain melalui saluran distribusi tradisional, penggunaan platform online juga menjadi strategi distribusi yang sangat relevan, terutama di era digital saat ini. Produsen pempek dapat memanfaatkan marketplace atau platform e-commerce untuk menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen. Hal ini tidak hanya mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk pempek, tetapi juga memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam hal pembelian dan pengiriman produk. Selain itu, dengan adanya kehadiran online, produsen pempek juga dapat menjangkau konsumen di luar Kota Palembang dan bahkan

di luar Pulau Sumatra, sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas (RIFKA and Susan Dian, 2019). Dengan mengoptimalkan strategi distribusi melalui kerjasama dengan ritel besar dan pemanfaatan platform online, produsen pempek dapat memastikan bahwa produk mereka dapat diakses dengan mudah oleh konsumen di Kota Palembang dan sekitarnya, serta memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas melalui platform digital.

3. Eksistensi Produk Lokal Pempek Dalam Meningkatkan Kualitas Dan Daya Saing Industri Makanan Tradisional Di Kota Palembang

Kebudayaan memiliki tiga bentuk ekspresi yang penting bagi manusia: sebagai hasil dari pemikiran, aktivitas, dan juga berwujud dalam benda-benda. Ketiga bentuk ini memiliki nilai penting dalam kehidupan manusia. Kuliner merupakan bagian tak terpisahkan dari budaya nasional dan merupakan bagian penting dari identitas suatu masyarakat. Kuliner juga mencerminkan hubungan sosial yang ada dalam suatu budaya. Anna Meigis menunjukkan bahwa kuliner adalah hasil dari ekspresi budaya yang menggali bagaimana makanan dapat menjadi sarana yang menghubungkan berbagai lapisan masyarakat, baik secara filosofis maupun mistis, dalam kehidupan sehari-hari (Utami, 2018). Kota Palembang di Sumatera Selatan terkenal dengan beragam kuliner, terutama pempek. Pempek Palembang menjadi lambang identitas lokal "Wong Kito Galo" dan dianggap sebagai warisan kuliner yang diwariskan dari generasi ke generasi dengan ciri khasnya yang unik.

Kuliner di Palembang memiliki keunikan dan karakteristik yang khas. Setiap wilayah memiliki kuliner dengan ciri khasnya sendiri yang dapat dibedakan dari segi rasa, bentuk, dan bahan yang digunakan, yang merefleksikan identitas daerah tersebut. Kuliner tidak hanya menjadi bagian dari warisan budaya yang diminati namun juga memberikan sensasi dan keunikan yang unik. Ini merupakan aspek budaya yang perlu dijaga agar tetap lestari. Kuliner bukan hanya tentang makanan semata, melainkan juga mencerminkan nilai tradisi dan warisan budaya dalam masyarakat Indonesia. Sebagai contoh, Kota Palembang terkenal dengan beragam kuliner tradisional.

Pempek merupakan salah satu makanan tradisional yang telah ada dalam masyarakat Palembang sejak zaman dahulu. Namun, secara pasti, belum diketahui kapan tepatnya pempek pertama kali dikonsumsi, karena tidak ada catatan tertulis yang mengungkapkan waktu pastinya. Pempek awalnya lebih merupakan makanan untuk konsumsi di rumah dan bukan untuk dijual-beli secara komersial. Kehadiran kuliner pempek ini memang dapat dikaitkan dengan kondisi alam Palembang yang kaya akan sungai dan hasil laut, terutama ikan. Ikan menjadi bahan utama dalam pembuatan pempek, dan melihat keberlimpahan sumber daya alam tersebut, manusia pada masa itu mulai mengolah ikan menjadi hidangan pempek yang disukai oleh berbagai kalangan (Kartika and Harahap, 2019).

Bagi pecinta wisata kuliner, Palembang menjadi tujuan yang menarik untuk dikunjungi. Pempek menjadi ikon dari kota Palembang. Di mana pun pempek dimakan, selalu diasosiasikan dengan kota Palembang karena pempek telah menjadi bagian penting dari identitas kota tersebut, baik secara historis maupun dalam perkembangannya yang meluas hingga dikenal secara luas di daerah lain. Pempek dapat dengan mudah ditemukan di seluruh Kota Palembang. Kuliner yang paling terkenal di Kota Palembang adalah pempek, yang memiliki makna dan simbol sebagai bagian dari tradisi dan kebiasaan masyarakat setempat. Pempek bukan hanya sekadar makanan, melainkan juga mewakili identitas dan budaya Palembang serta menjadi sarana untuk mengenalkan kekayaan budaya daerah. Kuliner Pempek juga merupakan bisnis yang diminati oleh berbagai kalangan, terbukti dari keberadaan penjual pempek yang tidak hanya tersebar di Kota Palembang tetapi juga di luar wilayah tersebut. Kata "pempek" selalu diidentikkan dengan kota Palembang, sehingga pempek bisa dianggap sebagai ikon kota tersebut. Peran

pemerintah dan kemajuan teknologi menjadi faktor pendukung dalam mempromosikan dan mengembangkan kuliner ini (Arfilla, 2022).

Makanan khas Palembang, yakni pempek, telah meraih prestasi internasional sejak tahun 2013 dengan ekspansi ke negara-negara ASEAN seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand, dengan pencapaian volume sebanyak 8 ton per bulan. Pada tahun 2016, kuliner pempek mendapatkan pengakuan yang baik dengan masuk dalam daftar pemenang Anugerah Pesona Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata. Prestasi ini sangat membanggakan karena pempek, salah satu kuliner khas Sumatera Selatan, khususnya dari kota Palembang, menjadi salah satu makanan terpopuler di Indonesia menurut Kementerian Pariwisata. Ini merupakan kabar baik untuk promosi kuliner pempek itu sendiri (Sinarti, Sudarmiatin and Bidin, 2024).

Eksistensi pempek sebagai produk lokal di Kota Palembang memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas produk. Hal ini terjadi karena adanya tekanan dan harapan dari pasar yang semakin sadar akan kualitas dan nilai produk yang mereka beli. Produsen pempek merasa terdorong untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka dalam berbagai aspek. Pertama-tama, bahan baku yang digunakan haruslah berkualitas tinggi dan segar (Ramadhan, 2024). Misalnya, penggunaan ikan segar dan bahan tambahan lain yang berkualitas untuk menghasilkan pempek yang lezat dan bernutrisi. Selain itu, proses produksi juga harus dilakukan secara higienis dan sesuai dengan standar kebersihan yang ketat, agar pempek yang dihasilkan aman dan terjamin kebersihannya.

Tidak hanya itu, inovasi dalam variasi rasa dan jenis pempek juga menjadi fokus dalam meningkatkan kualitas produk. Produsen pempek terus mengembangkan ide-ide baru untuk menciptakan pempek dengan rasa yang unik dan menarik, sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan pengalaman yang beragam saat menikmati pempek. Dengan melakukan semua upaya ini, pempek tidak hanya bertahan dan tetap relevan di pasar yang kompetitif, tetapi juga menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menginginkan produk berkualitas tinggi dan bervariasi. Dengan demikian, meningkatnya kualitas produk pempek tidak hanya menguntungkan produsen dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi konsumen yang menghargai produk berkualitas dan inovatif.

Keberadaan pempek sebagai kuliner autentik dan berciri khas Palembang memiliki daya tarik yang unik bagi konsumen. Hal ini terjadi karena pempek tidak hanya sekadar makanan, tetapi juga merupakan bagian dari identitas dan budaya kota Palembang yang kaya akan tradisi kuliner. Keberadaan pempek yang menggambarkan keaslian dan kekayaan rasa dari daerah tersebut seringkali menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dan pelancong yang mengunjungi Kota Palembang. Mereka ingin merasakan langsung pengalaman kuliner lokal yang khas dan berbeda dari daerah asal mereka (Ningrum and Arrianie, 2020). Dengan keberadaan pempek yang memperkaya pengalaman kuliner di Kota Palembang, minat konsumen untuk mencoba dan membeli pempek juga meningkat. Ini menciptakan suatu keberlanjutan dalam permintaan akan kuliner tradisional Palembang. Eksistensi pempek membantu memperkuat popularitas kuliner tradisional Palembang di mata wisatawan, pelancong, dan juga masyarakat lokal. Dengan demikian, pempek tidak hanya menjadi makanan sehari-hari, tetapi juga simbol kebanggaan dan identitas kuliner dari Kota Palembang yang terus mendapatkan apresiasi dan dukungan dari konsumen setianya serta pengunjung yang datang ke kota tersebut.

Eksistensi pempek dalam budaya makanan Palembang tidak hanya sebagai produk yang sudah mapan, tetapi juga sebagai pendorong utama bagi produsen untuk terus berinovasi dan berkreasi. Meskipun pempek telah menjadi bagian penting dari tradisi kuliner Palembang selama bertahun-tahun, produsen tidak berhenti pada penciptaan

pempek-pempek konvensional saja. Sebaliknya, mereka terus mencari cara untuk memberikan sentuhan baru dan unik pada pempek mereka. Inovasi dan kreativitas dalam menciptakan variasi baru dari pempek menjadi fokus utama. Produsen pempek mengembangkan berbagai rasa, tekstur, dan presentasi pempek yang belum pernah ada sebelumnya (Ardana, Rafidah and Erliyana, 2023). Misalnya, pempek dengan isian yang lebih beragam seperti udang, daging, atau sayuran, atau pempek dengan saus dan pelengkap yang unik dan berbeda dari yang lain. Dengan demikian, keberagaman dalam produk pempek semakin bertambah, menarik minat konsumen yang selalu mencari pengalaman kuliner yang berbeda dan menarik.

Inovasi ini tidak hanya menciptakan variasi baru yang menarik bagi konsumen, tetapi juga memberikan dorongan positif bagi industri kuliner Palembang secara keseluruhan. Dengan terus berinovasi, produsen pempek dapat memperluas pasar mereka dan menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, baik lokal maupun internasional. Selain itu, inovasi juga menciptakan kompetisi sehat di antara produsen pempek untuk terus meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk mereka, yang pada akhirnya menguntungkan konsumen dengan memiliki lebih banyak pilihan yang berkualitas. Dengan demikian, eksistensi pempek tidak hanya mempertahankan tradisi, tetapi juga mendorong pertumbuhan industri makanan Palembang melalui inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan.

Keberadaan pempek sebagai produk lokal yang kuat dan telah dikenal luas memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan daya saing industri makanan tradisional di Kota Palembang. Pempek tidak hanya menjadi sekadar makanan, tetapi juga menjadi simbol dari kekayaan kuliner dan budaya kota Palembang. Karena popularitasnya yang tinggi, pempek menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan Palembang dari kota-kota lain dalam hal kuliner tradisional. Kehadiran pempek yang sudah mapan dan diakui secara luas menciptakan citra positif bagi industri makanan tradisional Palembang secara keseluruhan. Hal ini karena pempek telah berhasil membangun reputasi sebagai produk yang berkualitas dan berciri khas, sehingga menarik perhatian baik dari konsumen lokal maupun wisatawan. Dengan demikian, eksistensi pempek berkontribusi secara langsung pada meningkatnya daya saing industri makanan tradisional Palembang (Martini, 2018).

Selain itu, pempek juga membuka peluang bagi pelaku usaha kuliner tradisional lainnya untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Persaingan sehat antara produsen pempek dan pelaku usaha kuliner lainnya mendorong terciptanya produk-produk yang lebih berkualitas dan inovatif, yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi konsumen dengan adanya pilihan yang lebih beragam dan berkualitas (Sahli, Harahap and Maulida, 2017). Dengan kata lain, keberadaan pempek sebagai produk lokal yang kuat dan berpengaruh besar tidak hanya menguntungkan produsen pempek itu sendiri, tetapi juga seluruh industri makanan tradisional di Kota Palembang. Pempek menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga dan meningkatkan daya saing industri kuliner Palembang secara keseluruhan, serta memperkuat posisi Palembang sebagai destinasi kuliner yang menarik bagi wisatawan dan penggemar kuliner.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam industri pempek di Kota Palembang telah membawa dampak yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Produsen pempek telah berhasil mengadopsi inovasi dalam berbagai aspek, mulai dari rasa, kemasan, proses produksi, hingga penggunaan bahan baku lokal dan tambahan seperti sayuran. Strategi pemasaran yang efektif juga turut berperan dalam meningkatkan penjualan pempek di Kota Palembang melalui bauran pemasaran yang

memperhatikan elemen produk, harga, promosi, dan distribusi dengan cermat. Eksistensi produk lokal seperti pempek dalam meningkatkan kualitas dan daya saing industri makanan tradisional di Kota Palembang juga menjadi sorotan penting. Pempek tidak hanya menjadi makanan, tetapi juga simbol identitas dan budaya kota Palembang yang kaya akan tradisi kuliner. Keberadaannya telah membuka peluang bagi produsen dan pelaku usaha kuliner lainnya untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka, sehingga memperkuat daya saing industri makanan tradisional Palembang secara keseluruhan.

Dengan demikian, untuk menjaga dan meningkatkan eksistensi serta kontribusi positif pempek dalam industri makanan tradisional Palembang, disarankan agar produsen terus melakukan inovasi yang terarah dan berkelanjutan, memperhatikan aspek kebersihan, kualitas bahan baku, dan kelestarian lingkungan dalam proses produksi. Selain itu, strategi pemasaran yang kreatif dan efektif juga perlu terus dikembangkan untuk memperluas pangsa pasar dan memperkenalkan pempek Palembang secara lebih luas baik di tingkat lokal maupun internasional. Dengan demikian, pempek akan tetap menjadi salah satu daya tarik utama dan mempertahankan posisinya sebagai ikon kuliner dari Kota Palembang

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, F.N.S., 2022. Analisis Penetapan Harga Produk Pempek Terhadap Pendapatan Penjualan (Studi Kasus Pada UMKM di Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar).
- Ardana, R.A.H.M., Rafidah, R. and Erliyana, N., 2023. DIGITAL BRANDING SEBAGAI OPTIMALISASI PENINGKATAN INOVASI, DAYA SAING, PENDAPATAN UKM DI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(2), pp.125–137.
- Arfilla, D., 2022. EKSISTENSI KULINER PEMPEK SEBAGAI ICON KOTA PALEMBANG (STUDI SEJARAH DAN BUDAYA). *Rihlah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan*, 10(02).
- Astria, S., 2018. Kampong Kuliner Palembang di Sumatera Selatan. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Bangsawan, I.P.R., 2018. Direktori Kuliner Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Banyuasin.
- Cahyani, I. and Praputra, G., 2023. Bauran Pemasaran Pempek pada Resto Meicu Kota Palembang Sumatera Selatan. In: SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi dan Riset Terapan). pp.181–194.
- Irawati, S.A., 2023. Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Kartika, T. and Harahap, Z., 2019. The Culinary Development of Pempek as a Gastronomic Tourist Attraction in Palembang Sumatera Selatan. *Tourism Scientific Journal*, 4(2), pp.211–233.
- Martini, E.S., 2018. Membangun Daya Saing UMKM Pempek Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 1, pp.1660–1664.
- Ningrum, D.P. and Arrianie, L., 2020. Potensi kuliner pempek dalam membangun ikon kota Palembang. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), pp.187–196.
- Nuraelah, A., Anwar, K., Hamidatun, H., Suhaila, S. and Zahraningrum, W., 2023. The Pelatihan Inovasi Produk Pempek dengan Penambahan Sayuran pada Pelaku UMKM Kelurahan Cipedak Jakarta Selatan. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), pp.65–72.
- Permatasari, K., Nurainy, F., Utomo, T.P. and Suroso, E., 2023. Analisis strategi Pemasaran Pempek Cemot Kabupaten Lahat. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(1), pp.123–129.
- Pertiwi, N.A. and Zinaida, R.S., 2020. Palembang Harum: Promosi & Branding Kuliner Palembang Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(2), pp.104–116.
- Ramadhan, A., 2024. PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS PRODUK DAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN

USAHA PEMPEK DI PERUMNAS SAKO KOTA PALEMBANG.

- RIFKA, M. and Susan Dian, P., 2019. BUSINESS INTELLIGENCE UNTUK MENDUKUNG KEPUTUSAN PENDISTRIBUSIAN PEMPEK DI RESTORAN PEMPEK SAGA SUDI MAMPIR PALEMBANG.
- Sahli, Y.P., Harahap, A. and Maulida, Y., 2017. Prospek pengembangan industri makanan olahan pempek Palembang di kota pekanbaru.
- Setiawan, R., 2017. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi & Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UKM (Survei Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang).
- Sinarti, T., Sudarmiatin, S. and Bidin, R., 2024. Innovative and creative strategies for the pempek business in penetrating the international market. *International Journal of Education, Language, Literature, Arts, Culture, and Social Humanities*, 2(2), pp.68–83.
- Susanti, S., 2017. Optimalisasi strategi green product terhadap perkembangan UMKM di Bandar Lampung ditinjau dari etika bisnis Islam (studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung).
- Utami, S., 2018. Kuliner sebagai identitas budaya: Perspektif komunikasi lintas budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), pp.36–44.
- Wargadalem, F.R., Wasino and Yulifar, L., 2023. Pempek Palembang: history, food making tradition, and ethnic identity. *Journal of Ethnic Foods*, 10(1), p.45.
- Wulandari, E., Agustini, T.W. and Fahmi, A.S., 2024. Penambahan tinta cumi-cumi (*Loligo sp.*) untuk memperbaiki karakteristik cuko pempek instan. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 27(1), pp.49–61.
- Yunita, L., Apriani, E. and Irmaya, A.I., 2022. Inovasi teknologi mesin pembuat pempek lenjer pada industri kecil dan menengah di Palembang. In: *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. pp.99–109.
- Zinaida, R.S. and Anggraini, R., 2022. Strategi Advertising dan Sales Promotion Yhoophii Shop Palembang di Instagram. *Jurnal Audiens*, 3(3), pp.149–158.
- .