

## STRATEGI ADIPTIF UMKM KULINER TRADISIONAL MEDAN DALAM MENGHADAPI DOMINASI WARALABA ASING DI ERA GLOBALISASI

Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Intan Safitri<sup>2</sup>, Rifqi Qardhawi Arsyad<sup>3</sup>  
[windakustiawan@uinsu.ac.id](mailto:windakustiawan@uinsu.ac.id)<sup>1</sup>, [intansafitriww@gmail.com](mailto:intansafitriww@gmail.com)<sup>2</sup>, [rifqi170703@gmail.com](mailto:rifqi170703@gmail.com)<sup>3</sup>  
UIN Sumatera Utara

### ABSTRAK

Era globalisasi kuliner telah mendorong masuknya waralaba asing ke pasar domestik, termasuk di Kota Medan. Fenomena ini menimbulkan tantangan besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner tradisional yang menghadapi persaingan ketat dari segi modal, pemasaran, dan standar layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi adaptif yang diterapkan oleh UMKM kuliner tradisional di Medan dalam menghadapi dominasi waralaba asing. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada beberapa pelaku UMKM terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi adaptif yang dominan meliputi inovasi menu berbasis resep tradisional, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, kolaborasi antar pelaku usaha, serta peningkatan kualitas pelayanan dan kemasan produk. **Kata Kunci:** UMKM Kuliner, Strategi Adaptif, Waralaba Asing, Globalisasi, Medan.

### ABSTRACT

*The era of culinary globalization has facilitated the entry of foreign franchises into the domestic market, including in Medan City. This phenomenon presents significant challenges for traditional culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM), which face fierce competition in terms of capital, marketing, and service standards. This study aims to identify and analyze the adaptive strategies employed by traditional culinary MSMEs in Medan in response to the dominance of foreign franchises. A qualitative research method was used, with a case study approach on selected UMKM actors. The findings reveal that the predominant adaptive strategies include menu innovation based on traditional recipes, the use of social media for promotion, collaboration among business actors, and improvements in service quality and product packaging.*

**Keywords:** Culinary UMKM, Adaptive Strategies, Foreign Franchises, Globalization, Medan.

### PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri kuliner. Masuknya waralaba asing ke Indonesia menjadi salah satu dampak globalisasi yang paling nyata di sektor ini. Waralaba internasional seperti McDonald's, KFC, dan Starbucks mampu dengan cepat menarik perhatian konsumen lokal melalui sistem manajemen yang modern, konsistensi produk, dan strategi pemasaran global. Dominasi waralaba asing ini tidak hanya memberikan tantangan bagi pelaku usaha besar lokal, tetapi juga mengancam keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di sektor kuliner tradisional<sup>1</sup>. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012 : 128).

Di Kota Medan, sebagai salah satu pusat kuliner yang kaya akan makanan tradisional seperti soto Medan, lontong sayur, dan bika ambon, UMKM kuliner memiliki peran penting dalam menjaga identitas budaya serta ekonomi masyarakat<sup>2</sup> (Tulus Tambunan, 2012 : 97). Namun, kehadiran waralaba asing yang kian masif membuat UMKM lokal perlu melakukan penyesuaian agar dapat bertahan dan bersaing. Strategi adaptif menjadi kunci dalam menghadapi dominasi tersebut, baik dalam aspek inovasi produk, pelayanan, digitalisasi usaha, hingga kolaborasi dengan platform daring<sup>3</sup>. (Suryana, 2013: 156).

UMKM kuliner tradisional tidak hanya menghadapi tantangan dari sisi persaingan harga dan kualitas, tetapi juga dari perubahan selera konsumen yang cenderung lebih

menyukai kepraktisan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh waralaba asing<sup>4</sup>( Sari, Dian Permata, dan Nurul Huda, 2021: 134). Oleh karena itu, penting untuk memahami strategi adaptif apa saja yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner tradisional di Medan agar tetap mampu eksis dan berkembang di tengah arus globalisasi kuliner<sup>5</sup>. (Hasibuan, Dedi. 2022 : 88).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk strategi adaptif yang digunakan oleh UMKM kuliner tradisional di Medan dalam merespon dominasi waralaba asing serta mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan dan kendala yang dihadapi dalam proses adaptasi tersebut.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan empiris, yaitu suatu pendekatan yang didasarkan pada data atau fakta empiris di lapangan. Metode ini digunakan untuk menganalisis secara langsung bagaimana strategi adaptif diterapkan oleh UMKM kuliner tradisional di Medan dalam menghadapi persaingan dengan waralaba asing. Pendekatan empiris memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang faktual, objektif, dan kontekstual terhadap fenomena yang terjadi. dan penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam strategi adaptif yang digunakan oleh pelaku UMKM kuliner tradisional di Medan dalam menghadapi persaingan dengan waralaba asing. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan fenomena yang terjadi secara natural dan kontekstual sesuai dengan situasi di lapangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Dampak Dominasi Waralaba Asing Terhadap Keberlangsungan UMKM Kuliner Tradisional di Medan**

Dominasi waralaba asing di sektor kuliner di Indonesia, termasuk di Kota Medan, menunjukkan tren yang terus meningkat seiring dengan perkembangan ekonomi global dan liberalisasi pasar. Waralaba seperti KFC, McDonald's, Pizza Hut, dan Starbucks telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan konsep yang modern, pelayanan cepat, serta strategi pemasaran yang agresif. Keunggulan dalam standar pelayanan, konsistensi rasa, serta citra merek global membuat waralaba asing lebih mudah mendapatkan loyalitas konsumen, khususnya dari kalangan anak muda dan kelas menengah perkotaan.

Kondisi ini memberikan tekanan besar terhadap UMKM kuliner tradisional di Medan yang sebagian besar masih dijalankan secara konvensional. Banyak UMKM yang kesulitan bersaing dari sisi modal, inovasi produk, dan teknologi digital. Di sisi lain, selera konsumen lokal mulai bergeser ke arah makanan cepat saji dan tempat makan yang lebih nyaman serta instagramable, sesuatu yang sering tidak dimiliki oleh warung atau kedai tradisional.

Secara analitis, dominasi waralaba asing dapat dilihat sebagai bentuk disrupsi dalam sektor kuliner lokal. UMKM kuliner tradisional terdampak dalam beberapa aspek:

#### **1. Penurunan Omzet dan Pelanggan**

Banyak pelaku UMKM mengalami penurunan jumlah pelanggan, terutama yang beroperasi di pusat-pusat perbelanjaan atau kawasan yang juga menjadi lokasi waralaba asing. Perubahan preferensi konsumen mengarah pada kenyamanan dan efisiensi waktu, dua hal yang diunggulkan oleh waralaba asing.

#### **2. Kesulitan Inovasi Produk dan Branding**

UMKM kuliner tradisional sering kali kurang memiliki kemampuan branding dan inovasi menu yang cepat dan terstandarisasi. Sementara waralaba asing memiliki anggaran promosi yang besar, UMKM sering terkendala dalam mengembangkan citra

produk yang kompetitif.

### **3. Digitalisasi dan Teknologi**

Waralaba asing cepat beradaptasi dengan teknologi digital seperti pemesanan daring, pembayaran elektronik, dan promosi media sosial. Banyak UMKM tradisional di Medan yang masih gagap teknologi, meskipun beberapa mulai beradaptasi lewat platform seperti GoFood dan GrabFood. (Ramadhani, Aulia, dan Putri Maharani, 2021: 210).

Namun demikian, keberadaan waralaba asing juga bisa menjadi motivasi positif bagi UMKM untuk bertransformasi.

#### **b. Strategi adaptif UMKM Kuliner Tradisional di Medan dalam Menghadapi Persaingan dengan Waralaba Asing**

Dalam menghadapi dominasi waralaba asing di sektor kuliner, UMKM kuliner tradisional di Medan menerapkan berbagai strategi adaptif guna mempertahankan keberlangsungan usaha mereka. Persaingan ini tidak hanya terjadi pada level produk, tetapi juga pada aspek pelayanan, teknologi, dan pemasaran. Waralaba asing umumnya menawarkan pelayanan cepat, standar kebersihan tinggi, tempat makan yang nyaman, serta promosi yang masif. Hal ini membuat pelaku UMKM lokal perlu menyesuaikan diri untuk tetap relevan di tengah perubahan selera dan ekspektasi konsumen.

Salah satu strategi adaptif yang dilakukan oleh UMKM adalah inovasi produk. Para pelaku usaha mulai melakukan modifikasi terhadap resep kuliner tradisional agar lebih sesuai dengan selera generasi muda, seperti membuat varian rasa baru atau menyesuaikan tingkat kepedasan dan penyajian dalam kemasan yang lebih menarik. Selain itu, beberapa UMKM juga mencoba menghadirkan menu tambahan seperti minuman kekinian atau camilan modern untuk memperluas pangsa pasar mereka.

Strategi berikutnya adalah digitalisasi promosi dan layanan, yakni melalui penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memperkenalkan produk, serta bergabung dengan platform pesan-antar makanan seperti GoFood dan GrabFood. Melalui strategi ini, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, khususnya kalangan milenial yang lebih akrab dengan teknologi.

Rebranding usaha juga menjadi strategi penting yang dilakukan. Pelaku UMKM memperbarui tampilan tempat usaha, meningkatkan kebersihan, dan menata ulang interior agar lebih menarik dan nyaman. Selain itu, mereka mulai menggunakan logo, kemasan, dan nama usaha yang lebih profesional untuk membangun citra merek yang kuat di mata pelanggan<sup>3</sup>.

Di sisi lain, kolaborasi lokal juga menjadi strategi alternatif, seperti bekerja sama dengan komunitas kuliner, food blogger, atau influencer lokal untuk meningkatkan eksposur usaha mereka. Beberapa UMKM juga mulai mengikuti pelatihan kewirausahaan atau program pemerintah yang mendukung peningkatan daya saing mereka (Nasution, Ahmad Rizal. 2021: 67). Dan strategi yang paling yaitu peningkatan kualitas pelayanan dan kebersihan, mengadopsi standar layanan seperti di waralaba asing menjadi bentuk adaptasi lain yang terbukti meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pelayanan cepat, ramah, dan kebersihan tempat menjadi perhatian utama dalam bersaing (Lubis, Rina Marlina. 2022: 185).

Dengan menerapkan berbagai strategi tersebut, UMKM kuliner tradisional di Medan membuktikan bahwa mereka tidak hanya mampu bertahan di tengah gempuran waralaba asing, tetapi juga mampu melakukan transformasi agar tetap diminati oleh masyarakat. Adaptasi ini menjadi kunci utama dalam menjaga eksistensi kuliner tradisional sebagai warisan budaya lokal di tengah tantangan globalisasi.

### **c. Efektivitas Strategi Adaptif tersebut dalam Mempertahankan Eksistensi dan Daya Saing UMKM Kuliner Tradisional di Medan**

UMKM kuliner tradisional di Medan menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi waralaba asing yang semakin agresif. Namun, melalui penerapan berbagai strategi adaptif, banyak UMKM yang terbukti mampu bertahan dan bahkan memperkuat posisi mereka di pasar lokal. Strategi seperti inovasi produk, digitalisasi promosi, peningkatan kualitas layanan, serta kolaborasi dengan komunitas terbukti memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha mereka.

Secara umum, efektivitas strategi adaptif dapat dilihat dari tiga indikator utama: kelangsungan usaha, peningkatan jumlah pelanggan, dan daya saing di pasar lokal. Pertama, banyak UMKM yang sebelumnya mengalami penurunan omzet secara bertahap berhasil pulih dan mengalami pertumbuhan setelah mengadopsi pendekatan digital seperti pemasaran lewat media sosial dan layanan pesan-antar online. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi teknologi menjadi kunci penting dalam bertahan di era digitalisasi. Kedua, dari segi penerimaan pasar, UMKM yang melakukan inovasi produk dan kemasan mampu menjangkau segmen konsumen baru, khususnya generasi muda yang tertarik pada pengalaman kuliner yang unik namun tetap bercita rasa lokal. Ini membuktikan bahwa pelestarian budaya lokal dapat berjalan berdampingan dengan inovasi modern. Ketiga, dalam hal daya saing, strategi rebranding dan peningkatan pelayanan memungkinkan UMKM untuk bersaing lebih sehat dengan waralaba asing. Beberapa UMKM bahkan mendapatkan pengakuan dalam bentuk penghargaan lokal, peningkatan rating di aplikasi pemesanan makanan, atau muncul dalam ulasan media sosial. Namun demikian, tingkat efektivitas strategi ini tidak merata. UMKM yang memiliki akses pada pelatihan, teknologi, dan jaringan promosi umumnya menunjukkan hasil lebih baik dibandingkan dengan yang masih menjalankan usaha secara konvensional. Oleh karena itu, keberhasilan adaptasi juga sangat dipengaruhi oleh dukungan ekosistem, termasuk dari pemerintah daerah, komunitas, dan lembaga pelatihan. Secara keseluruhan, strategi adaptif yang diterapkan oleh UMKM kuliner tradisional di Medan cukup efektif dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing mereka. Strategi ini memperlihatkan bahwa meskipun menghadapi tekanan dari waralaba asing, UMKM tetap memiliki potensi untuk berkembang dan berinovasi dengan tetap mengakar pada nilai-nilai lokal.

### **d. Tantangan yang dihadapi UMKM Kuliner Tradisional dalam Menerapkan Strategi Adaptif di Tengah Globalisasi Kuliner**

UMKM kuliner tradisional di Medan menghadapi tekanan yang semakin besar dalam era globalisasi kuliner. Meskipun banyak pelaku UMKM telah mencoba menerapkan strategi adaptif seperti inovasi produk, digitalisasi layanan, dan peningkatan kualitas pelayanan, penerapan strategi ini tidak lepas dari berbagai tantangan.

Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya akses terhadap modal dan teknologi. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usaha dengan peralatan sederhana dan modal yang terbatas, sehingga sulit untuk melakukan investasi dalam pembaruan alat produksi, pelatihan SDM, atau promosi digital. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki literasi digital yang memadai, yang membuat mereka kesulitan memanfaatkan platform digital secara optimal.

Tantangan lainnya adalah rendahnya kapasitas manajerial dan inovasi, yang menghambat pengembangan usaha. Sebagian besar pelaku UMKM menjalankan usaha secara turun-temurun tanpa pelatihan formal, sehingga strategi yang diterapkan cenderung bersifat coba-coba dan kurang terencana (Prasetyo, Eko dan Nur Aini, 2022: 55). Di sisi lain, mereka juga menghadapi perubahan selera konsumen yang cepat, terutama dari kalangan muda yang lebih memilih makanan praktis, tempat makan yang estetik, dan

pelayanan cepat, seperti yang ditawarkan oleh waralaba asing. Aspek regulasi dan keterbatasan dukungan kebijakan juga menjadi tantangan. Beberapa pelaku UMKM mengaku kesulitan mengakses bantuan pemerintah atau mengikuti program pembinaan karena terbatasnya informasi atau karena prosedur yang terlalu birokratis (Haryati, Sri. 2021 : 120).

## **KESIMPULAN**

UMKM kuliner tradisional di Medan berada dalam tekanan besar akibat meningkatnya dominasi waralaba asing yang menawarkan standar layanan modern, efisiensi operasional, serta pemasaran global. Meski demikian, para pelaku UMKM tidak tinggal diam. Mereka mulai menerapkan berbagai strategi adaptif, seperti inovasi produk, digitalisasi layanan dan promosi, rebranding, peningkatan kualitas pelayanan, hingga kolaborasi dengan komunitas lokal. Strategi-strategi ini secara umum efektif dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing, terutama dalam menjangkau konsumen baru dan menyesuaikan diri dengan tren pasar modern.

Namun, efektivitas strategi tersebut masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain terbatasnya akses terhadap modal dan teknologi, rendahnya literasi digital dan manajerial, cepatnya perubahan selera konsumen, serta kurang optimalnya dukungan kebijakan. Tantangan ini menyebabkan keberhasilan implementasi strategi adaptif tidak merata di kalangan pelaku UMKM.

Oleh karena itu, keberlanjutan UMKM kuliner tradisional dalam era globalisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan adaptif internal pelaku usaha, tetapi juga sangat tergantung pada peran aktif pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis dalam menyediakan pelatihan, akses pembiayaan, dan pendampingan. Kombinasi antara inovasi dari pelaku UMKM dan ekosistem pendukung yang kuat akan menjadi kunci dalam menjaga keberlangsungan kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya lokal di tengah arus globalisasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Haryati, Sri. (2021) Tantangan UMKM dalam Era Ekonomi Digital. Vol. 6, No. 2.
- Hasibuan, Dedi. (2022) Dampak Globalisasi terhadap UMKM Kuliner di Kota Medan. Vol. 9, No. 1.
- Lubis, Rina Marlina (2022) Adaptasi Digitalisasi UMKM di Medan dalam Persaingan Kuliner Global. Vol. 7, No. 3.
- Nasution, Ahmad Rizal (2021) Strategi Pelestarian Kuliner Tradisional di Tengah Arus Globalisasi. Vol. 6, No. 1.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2012) Manajemen Pemasaran Edisi 14. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, Eko dan Nur Aini. Kendala Adaptasi Digital UMKM di Tengah Pandemi dan Globalisasi. Vol. 8, No. 1.
- Ramadhani, Aulia, dan Putri Maharani (2021) Transformasi Digital UMKM Kuliner Tradisional di Tengah Tantangan Waralaba Asing. Vol. 5, No. 3.
- Sari, Dian Permata, dan Nurul Huda (2021), Strategi Adaptasi UMKM Kuliner Tradisional Menghadapi Waralaba Makanan Cepat Saji. Vol. 32. No. 2.
- Suryana, (2013) Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat
- Tulus Tambunan, (2012) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.