

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER
SEBLAK PADA MASA PANDEMI
(STUDI KASUS PADA UMKM SEBLAKBLAKAN
PARUNGKUDA)**

SKRIPSI

SELA SEPTIANI
20180080084



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
JULI 2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER
SEBLAK PADA MASA PANDEMI
(STUDI KASUS PADA UMKM SEBLAKBLAKAN
PARUNGKUDA)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*



SELA SEPTIANI
20180080084



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
JULI 2022**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER SEBLAK
PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA UMKM
SEBLAKBLAKAN PARUNGKUDA)
NAMA : SELA SEPTIANI
NIM : 20180080084

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”



SELA SEPTIANI

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER SEBLAK
PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA UMKM
SEBLAKBLAKAN PARUNGKUDA)
NAMA : SELA SEPTIANI
NIM : 20180080084

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 23 Juli 2022 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, 23 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

RR Amanna Dzikrillah Lauzuardini

Luqman Al Hakim, MBA

NIDN 0408079005

Fitrina Lestari, S.SI., MBA

NIDN 0420028304

Ketua Penguji
Manajemen

Ketua Program Studi



Riyan Mirdan Faris, M.SI

NIDN 0120200023

Yusuf Iskandar, M.M

NIDN 0415029302

Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc. MBA, DBA

NIDN 0014075205

ABTRACT

SELA SEPTIANI. Seblak Culinary Business Development Strategy During a Pandemic (Case Study on UMKM Seblakblakan Parungkuda). Supervised by RR AMANNA DZIKRILLAH LAZUARDINI LUQMAN AL HAKIM, M.BA. And FITRINA LESTARI, S.SI, MBA.

The purpose of this study is to find out the strategies used by Seblakblakan UMKM to increase sales during the pandemic and to determine the business development of Seblakblakan UMKM during the pandemic. Researchers who applied in this study used a descriptive qualitative approach. The type used in this research is descriptive, the tool needed to conduct research is to use a more in-depth or detailed interview with resource persons or UMKM business owners. Researchers in this study used a survey method, namely using a qualitative survey. The method used in this study is a qualitative descriptive method. The analysis used is a SWOT analysis to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities or threats that the Seblakblakan culinary business has during this pandemic. And the nine-element BMC approach was adopted from the nine building blocks of the Business Model Canvas by Osterwalder and Pigneur (2015).

Keywords: Development Strategy, SWOT, BMC.



ABSTRAK

SELA SEPTIANI. Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Seblak Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada UMKM Seblakblakan Parungkuda). Dibimbing oleh RR AMANNA DZIKRILLAH LAZUARDINI LUQMAN AL HAKIM, M.BA. dan FITRINA LESTARI, S.SI, MBA.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi yang digunakan UMKM Seblakblakan untuk meningkatkan penjualannya pada masa pandemi dan untuk mengetahui pengembangan usaha UMKM Seblakblakan pada masa pandemi. Peneliti menerapkan di studi kali ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, alat yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian yaitu menggunakan alat wawancara yang lebih mendalam atau secara detail dengan narasumber atau sang pemilik Usaha UMKM. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu menggunakan survei kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Analisa yang digunakan yaitu analisis SWOT untuk mengetahui adanya berbagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman apa saja yang dimiliki oleh bisnis usaha kuliner Seblakblakan dimasa pandemi ini. Dan Pendekatan sembilan elemen BMC diadopsi dari *nine blocks building of Business Model Canvas* karya Osterwalder dan Pigneur (2015).

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, SWOT, BMC.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER SEBLAK PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA UMKM SEBLAKBLAKAN PARUNGKUDA)”** yang merupakan salah satu syarat akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Adapun selama penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang ikut memberikan kontribusi, motivasi, bimbingan, dan do'anya sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Dr. Kurniawan, ST.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, M.T.
3. Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Bapak Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc. MBA, DBA Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Kepala Program Studi Manajemen Bapak Yusuf Iskandar, M.M Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi Ibu RR Amanna Dzikrillah Lazuardini Luqman Al Hakim, M.BA
6. Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi Ibu Fitriana Lestari, S.SI., MBA
7. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
8. Kedua orang tua ku yang telah memberikan cinta, kasih, dukungan, dan do'a restu yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Kakak yang selalu memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini.
10. Vickry Alvian yang selalu memberikan semangat, motivasi serta dukungan selama 4 tahun perkuliahan dan saat penyusunan skripsi hingga selesai.
11. Susan Melia, Khaira Amalia, Febiola Saimanda, Dini Rahmani. Teman seperjuangan dari awal penyusunan skripsi hingga selesai. *Thankyou* ya selalu jadi pengingat ketika sedang malas malasnya.
12. Teman-teman MN18A para manusia kulkas, teman seperjuangan yang selalu berjuang bersama selama kuliah 8 semester.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
14. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, Juli 2021

Sela Septiani



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sela Septiani
NIM : 20180080084
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER SEBLAK PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA UMKM SEBLAKBLAKAN PARUNGKUDA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi
Pada tanggal : 23 Juli 2022

Yang Menyatakan

(Sela Septiani)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Pandemi COVID-19	9
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	10
2.3.1 Karakteristik UMKM	12
2.4 Kuliner	14
2.5 Seblak	14
2.6 Pengertian Strategi	15
2.7 Pengembangan Usaha	16
2.8 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	16
2.9 Analisis SWOT	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian	18
3.1.1 Objek Penelitian	19
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data	19
3.1.4 Teknik Analisis Data	19
3.2 Tahap Penelitian	20
3.2.1 Tahap Pendahuluan	20
3.2.2 Pengumpulan Data	21
3.2.3 <i>Business Model Canvas</i>	21
3.2.4 Analisis SWOT	23
3.2.4.1 Pengertian SWOT	23
3.2.4.2 Faktor Analisis	23
3.2.4.3 Analisis Internal dan Analisis Eksternal	24
3.2.4.4 Analisis Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	28
4.1.1 Sejarah Seblakblakan	28
4.1.2 Lokasi Seblakblakan	28
4.1.3 Visi dan Misi Seblakblakan	28

4.1.4 Struktur Organisasi	28
4.1.5 Profil dari Informan	29
4.1.6 Logo Perusahaan	30
4.1.7 Daftar Menu Produk Seblakblakan	30
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian	30
4.2.1 <i>Business Model Canvas</i>	30
4.2.2 Analisis SWOT	35
4.2.2.1 Rekapitulasi Faktor Internal	35
4.2.2.2 Rekapitulasi Faktor Eksternal	36
4.2.2.3 <i>Matrik Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	37
4.2.2.4 <i>Matrik eksternal Factor Evaluation (EFE)</i>	38
4.2.2.5 Analisis Strategi	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	50



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Aturan Pemerintah dan Bidang Usaha Terdampak	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Karakteristik UMKM	13
Tabel 3.1 Skala <i>Internal Factor Evaluation</i>	24
Tabel 3.2 <i>Matriks Internal Factor Evaluation</i>	24
Tabel 3.3 Skala <i>Eksternal Factor Evaluation</i>	25
Tabel 3.4 Skala <i>Matriks Internal Factor Evaluation</i>	25
Tabel 4.1 <i>Business Model Canvas</i> Seblakblakan	34
Tabel 4.2 Faktor Lingkungan Internal Kekuatan	36
Tabel 4.3 Faktor Lingkungan Internal Kelemahan	36
Tabel 4.4 Faktor Lingkungan Eksternal Peluang	37
Tabel 4.5 Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman	37
Tabel 4.6 <i>Matriks Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	38
Tabel 4.7 <i>Matriks Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	39
Tabel 4.8 Analisis Strategi Seblakblakan	41



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Terdampak Covid-19	3
Gambar 3.1 Kerangka Berfikir	20
Gambar 3.2 9 Blok <i>Business Model Canvas</i>	22
Gambar 3.3 Matriks SWOT	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Seblakblakan	29
Gambar 4.2 Logo Seblakblakan	30
Gambar 4.3 Daftar Menu Seblakblakan	30
Gambar 4.4 Diagram SWOT Seblakblakan	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	50
Lampiran 2	53
Lampiran 3	55



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 adalah peristiwa penyebaran penyakit koronavirus 2019 yang menyebar di seluruh Dunia Termasuk juga Indonesia. SARS-CoV-2 adalah koronavirus jenis baru. Pada tanggal 31 Desember 2019 Pertama kali munculnya wabah ini adalah ditemukan di kota Wuhan, Hubei, Tiongkok. Wabah COVID-19 pertama kali terdeteksi di kota Wuhan, Hubei, Tiongkok. Lalu pada tanggal 11 Maret 2020 WHO atau Organisasi Kesehatan Dunia telah resmi menyatakan virus ini sebagai Pandemi. Virus ini diduga bisa menyebar lewat percikan pernafasan contohnya seperti batuk dan bersin, dari orang ke orang atau bisa juga melalui benda yang sudah terkontaminasi virus lalu di pegang oleh orang lain dan memegang mukanya sendiri virus ini juga bisa menyebar lewat pernafasan normal. Orang yang sudah terkena virus ini dapat memiliki gejala seperti batuk, demam tinggi sesak nafas selama kurang lebih 7-14 hari. Virus ini juga sangat mudah menyerang seseorang yang sebelumnya pernah mengidap penyakit infeksi pernafasan lain.

Pada tanggal 2 Maret 2020 pertama kali masuknya virus ini ke Indonesia yaitu sebanyak 2 kasus terinfeksi. Pada tanggal 31 Maret 2020 jumlah kasus terkonfirmasi meningkat drastis jumlahnya yaitu sebanyak 1.528 kasus positif dan 18 kasus kematian. Terkonfirmasi pusat COVID-19 dengan kasus dan jumlah kematian yang terbanyak dan melampaui negara China yaitu negara Eropa dan Amerika Utara dengan kasus terbanyak yaitu 19.332 kasus baru dan disusul negara Spanyol dengan jumlah kasus yang terkonfirmasi sebanyak 6.549 kasus baru terkonfirmasi. Banyak berita beredar bahwa sebenarnya kasus ini awal mulanya berasal dari virus hewan diantaranya kelelawar dan unta tetapi tidak ada berita terkait lebih lanjut tentang kebenarannya.

Berbagai macam upaya yang dilakukan pemerintah untuk dapat menurunkan tingkat kasus orang yang terkena virus ini yaitu pemerintah telah menemukan salah satu cara agar tingkat kasus positif COVID-19 ini segera menurun yaitu dengan cara adanya pembatasan sosial atau adanya pembatasan aktifitas diluar ruangan. Sekolah, Universitas semua di tutup, tidak diperbolehkannya acara yang dapat mengundang kerumunan orang banyak, pemberlakuan jam malam, adanya pembatasan negara yang masuk dikarenakan ditakutkan akan membawa virus dari negara lain masuk ke Indonesia, pembatasan penumpang di bandara dan stasiun kereta dan masih banyak lagi aturan aturan baru. Dikarenakan virus ini sangat cepat menyebar diantara dari orang ke orang dikarenakan virus ini mampu menular hanya dari nafas normal biasanya. Maka diberlakukanlah peraturan *Physical Distancing* dan wajib memakai masker keluar rumah.

Adanya aturan aturan pemerintah baru ini, masyarakat sangat kesulitan untuk beradaptasi karena banyak orang yang kesehariannya atau pekerjaannya yang selalu di kerumunan banyak orang. Banyak juga masyarakat yang takut akan keluar rumah karna takut tertular virus yang bisa saja mematikan bila

terserang virus ini. Adapun para pelaku UMKM banyak yang tidak di perbolehkan untuk membuka usahanya dikarenakan takut mengundang kerumunan orang banyak dan beresiko meningkatkan kasus baru yang muncul, oleh karena itu dengan adanya virus ini tidak hanya dampak sosial yang dirasakan Adapun dampak ekonomi yang menurun karna orang orang banyak yg memilih tinggal di rumah dan tidak diperbolehkan kerja atau berjualan. UMKM adalah salah satu penyumbang ekonomi yang paling berpengaruh di Indonesia, dengan menurunnya pendapatan UMKM juga berpengaruh terhadap tingkat ekonomi Indonesia. Banyak tenaga kerja yang harus diberhentikan karna kegagalan UMKM di masa pandemi semakin tinggi juga tingkat pengangguran di negara ini. *Stay at home* secara tidak langsung membuat pelaku UMKM berdampak sangat signifikan. Dibawah ini adalah tabel yang menunjukkan pengaruh pembatasan sosial ber skala besar terhadap tingkat keberlangsungan hidup masyarakat.

Tabel 1.1

Aturan Pemerintah dan Bidang Usaha Terdampak

No	Jenis Kebijakan	Bidang Usaha Terdampak
1	Pengaturan jaga jarak fisik	Salon kecantikan, <i>barbershop</i> , spa, perawatan tubuh,
2	Pengaturan jaga jarak sosial	Restoran, <i>café</i> , kantin, warung, rumah makan
3	Penutupan wilayah, pusat bisnis dan perkantoran	Perdagangan, makanan minuman, bengkel, otomotif
4	Penutupan kampus sekolah	<i>Fotocopy</i> , ATK, warung jajanan, kantin sekolah, baju seragam
5	Penutupan tempat wisata, rekreasi dan travel	Biro perjalanan, transportasi, kerajinan, makanan, kaos souvenir
6	Penutupan tempat ibadah	Busana muslim, perlengkapan ibadah
7	Pelarangan acara pertemuan dan perayaan	<i>Event organizer</i> , WO, katering, rias pengantin, tata busana, sewa alat pesta, <i>florist</i>
8	Penutupan <i>mall</i> , pusat hiburan	<i>Fashion</i> kasual, aksesoris, kafe, restoran
9	Pelarangan kegiatan seni dan olahraga	Sewa sarana, peralatan, perlengkapan dan baju seni-olahraga

Sumber: Raharja & Adiprihadi (2020)

UMKM atau singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah menempati peranan penting di Negara ini yaitu bisa di bilang salah satu jantung perekonomian di Indonesia karena UMKM mampu menyumbangkan tingakat ekonomi terbanyak dan menjadi salah satu peluang kerja yang banyak juga untuk menyedot para pekerja. Kenapa UMKM dijadikan jantung perekonomian Indonesia, karena dari hasil UMKM di putarkan Kembali pada masyarakat, dari masyarakat untuk masyarakat. Dengan terdampaknya sektor UMKM membuat laju ekonomi terhambat secara signifikan. Dikarenakan banyaknya bahan baku membuat produksi menurun terhambat seperti terhambatnya pengiriman dari luar kota karena penutupan akses untuk keluar masuk kota, ini salah satu pemberlakuan aturan pemerintah untuk menurunkan tingkat kasus positif yang ada di Negara ini.

Dengan demikian konsumen lebih memilih berdiam diri di rumah tau menjalankan peraturan pemerintah *Stay at home* di banding keluar rumah dan membahayakan dirinya sendiri dan keluarga membuat konsumen mencari alternatif lain untuk dapat bertahan hidup di dalam rumah denga aman dan nyaman tanpa mendapat ancaman virus COVID-19 dengan cara memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan berbelanja online. Banyak UMKM juga yang memutar otak untuk strategi baru di tengah pandemi ini dengan berjualan online di karenakan adanya pembatasan aktivitas diluar ruangan. Konsumen lebih memilih untuk berbelanja lewat handphone nya agar meminimkan aktifitas diluar ruangan nya namun kebutuhannya pun terpenuhi dan mampu bertahan hidup dengan dirumah aja.

Gambar di bawah ini telah memperlihatkan betapa terdampaknya para pelaku UMKM akibat dari Pandemi COVID-19 ini. Yang pada mulanya berjalan dengan normal menjadi terpuruk dan banyak para pelaku UMKM terpaksa gulung tikar karena modal terpakai untuk biaya kebutuhan hidup sehari hari dalam rangka bertahan untuk tetap hidup walaupun harus mengorbankan usahanya tutup dan bangkrut.



Gambar 1.1

Data perbandingan kondisi UMKM sebelum dan saat terdampak COVID-19

Sektor UMKM di Kabupaten Sukabumi juga yang termasuk terdampak dari adanya wabah virus COVID-19 ini. Salah satunya yang sangat terkena dampaknya adalah sektor kuliner. Universitas dan sekolah ditutup, tempat wisata, dan area yang biasanya banyak pengunjung di tutup untuk jangka waktu yang belum ditentukan sampai kapan membuat sektor kuliner kehilangan konsumennya. Pendapatan menurun dan jumlah produksi pun menurun akibat pemberlakuan pembatasan aktifitas diluar ruangan masyarakat jadi jarang keluar rumah kecuali untuk hal penting lainnya.

Akibat nya adanya pemrosotan jumlah pendapatan para pelaku UMKM dikarenakan penurunan jumlah pembeli dan peminat. Pandemi ini juga sangat tidak ada kepastian dikarenakan jumlahnya yang tidak bisa di prediksi karena belum adanya vaksin dan obat yang bisa menyembuhkan virus ini. Dikarenakan jumlah konsumen menurun jumlah pembeli menurun dan otomatis pendapatan yang didapat pun menurun ini membuat sektor UMKM di Kabupaten Sukabumi menjadi salah satu sektor yang sangat terdampak akibat wabah virus ini berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM sektor Kuliner di daerah Kabupaten Sukabumi.

Berbagai cara telah dilakukan para pelaku UMKM untuk dapat Kembali memperbaiki situasi atau omeset penjualan dan kondisi keuangan para pelaku UMKM harus memutar otak agar mampu bertahan di masa Pandemi ini. Salah satu cara bertahan yang banyak dan mampu maperbaiki tingkat penjualan yaitu dengan cara salah satunya melakukan optimalisasi pada *Digital Marketing* salah satunya yaitu memasarkan produk di social media atau bisa disebut dengan *social media marketing, online advertising, video marketing*, atau media online lainnya yang sedang di gemari saat ini seperti aplikasi yang digunakan untuk berjualan online atau yang sering disebut *E-commerce* atau adapula ojek online yang saat ini sedang banyak digunakan masyarakat juga sekarang menyediakan jasa titip makanan atau delivery makanan atau banyak hal lain yang di tawarkan di satu aplikasi tersebut tidak hanya makanan ada pula jasa pengantaran barang, pengantaran orang seperti ojeg pada umumnya, dan ada juga jasa untuk membeli barang atau makanan di toko swalayan seperti sayuran dan atau kebutuhan harian lainnya. Dengan adanya digitalisasi pemasaran yang banyak beredar di media online seperti sekarang ini diharapkan mampu meingkatkan atau mengembangkan usaha para pelaku UMKM yang ada di seluruh Indonesia khusus nya di Kabupaten Sukabumi agar laju ekonomi masyarakat dapat Kembali normal atau setidaknya dapat meringankan beban pelaku usaha toko dengan meningkatnya jumlah penjualan produk khususnya di sektor kuliner.

Salah satu sektor yang terkuat dalam pertahanannya yaitu salah satunya usaha kuliner karna bagaimanapun manusia tetap membutuhkan makanan untuk dapat bertahan hidup. Kuliner adalah suatu masakan hasil olahan atau bahan makanan yang diolah disajikan menjadi makanan siap saji bukan hanya makanan adapula minuman lainnya. Makanan tersebut berupa jajanan cemilan pedagang kaki lima, ada juga yang berupa lauk pauk, dan minuman lain seperti jus dan lainnya yang dapat dinikmati sebagai bahan pangan yang pastinya dibutuhkan manusia sebagai kebutuhan dasar hidup manusia untuk bertumbuh dan perkembangan tubuh manusia. Selama manusia ada di muka bumi ini pastinya semua manusia membutuhkan makanan jadi usaha ini adalah usaha yang tidak akan pernah mati karena telah menjadi kebutuhan dasar manusia yang paling penting dan utama.

Seblak adalah salah satu makanan yang di gemari dan banyak peminatnya pada masa kini baik dari kalangan anak sekolah sampai orang dewasa. Seblak adalah makanan yang berbahan dasar kerupuk yang di olah dengan rempah rempah dan di padupadankan dengan protein lain seperti telur dan olahan sapi atau ikan lainnya seperti sosis dan olahan baso seafood. Dengan cita rasa yang gurih dan pedas, makanan ini sangat di senangi

masyarakat karna sensasi makanan yang unik dan rasanyapun enak. Karna semakin banyaknya peminat seblak sampai saat ini maka banyak para pelaku usaha berusaha untuk membuat inovasi baru atau mengembangkan olahan seblak menjadi sedemikian rupa salah satunya adalah Seblakblakan yang bertempat di daerah Parungkuda.

Usaha Kuliner Seblakblakan ini berdiri sejak tahun 2019 sebelum mendirikan usaha seblak Owner UMKM Seblakblakan yaitu Bapak Ardi bersama istrinya pada mulanya menjual makanan lain seperti makanan ringan rumahan tetapi kurangnya peminat dan akibat dari pandemi sehingga owner berusaha mencari usaha lain yang sekiranya diharapkan mampu menarik minat pembeli pada masa pandemi. Owner Seblakblakan yang bernama bapak Ardi bersama dengan Istrinya akhirnya membuka usaha seblak dengan berbekal inovasi yang kreatif dari bahan baku yang murah sehingga menjadi nilai harga jual yang tinggi. Usaha seblak ini diberi nama Seblakblakan selain nama usahanya yang unik Seblakblakan juga menawarkan varian seblak yang cukup banyak dan unik dari seblak biasanya. Menu Seblak yang ditawarkan ada lebih dari 20 seblak yang diantaranya adalah Seblak baso seafood dan Seblakblakan memiliki berbagai jenis topping yang bisa di mix oleh pada pembelinya yaitu lebih dari 32 topping yang di sediakan di tempat Usaha Seblakblakan.

Pada mulanya Seblakblakan hanya menjual produknya secara offline dengan memasarkan produknya hanya pada tentangga dan anak sekolah yang ada di sekitaran kampungnya, tetapi dengan keunikan rasa dan aneka topping yang ditawarkan menjadikan Seblakblakan menjadi terkenal karna rasanya yang sangat kaya akan rempah rempah membuat para peminat penasaran dan Seblakblakan menjadi dibanjiri pembeli dari berbagai kalangan. Pada masa pandemi adanya pembatasan di luar ruangan membuat Seblakblakan untuk melakukan strategi lain untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi yang pada mulanya penjualan secara offline hanya bisa menjual 10-30 porsi seblak saja dalam sehari, setelah melakukan strategi penjualan secara Online kini Seblakblakan dalam sehari mampu menjual 200-350 porsi terjual setiapharinya dengan omset perbulan yaitu mencapai 200jt perbulan. Dengan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha dan Pemasaran yang digunakan untuk dapat menarik banyak pembeli pada UMKM Seblakblakan ini apalagi pada saat masa pandemi Seblakblakan mampu mengembangkan usahanya dan bersaing dengan usaha kuliner lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Strategi apa yang dipakai oleh pelaku UMKM Seblakblakan untuk meningkatkan penjualan pada masa Pandemi COVID-19 ?
2. Strategi apa yang dilakukan oleh pelaku UMKM Seblakblakan untuk mengembangkan usaha pada masa Pandemi COVID-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi yang digunakan UMKM Seblakblakan dalam meningkatkan penjualannya pada masa Pandemi COVID-19

2. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha UMKM Seblakblakan pada masa Pandemi COVID-19

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini diuraikan secara teoritis dan praktis antara lain :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan wawasan bagi fakultas perguruan tinggi, khususnya Universitas Nusa Putra, agar menjadi acuan menyempurnakan khasanah penelitian selanjutya melalui kajian metode penelitian kualitatif deskriptif, serta sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat yang sama khususnya mengenai Strategi Pengembangan Usaha UMKM agar bisa menarik minat konsumen.

2. Secara Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan mampu membuka wawasan para pelaku UMKM terutama dibidang Kuliner Seblak agar mengetahui mengenai perencanaan dan pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Pengembangan yang baik untuk dapat menarik minat pembeli khususnya pada saat masa Pandemi seperti saat ini sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produk.
- b) Memberikan pengetahuan mengenai pentingnya pemasaran produk melalui *social media marketing* untuk meningkatkan jumlah penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- AHMAD, F. (2021). *DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI DESA GONDANG KECAMATAN GANGGA KABUPATEN LOMBOK UTARA* (Doctoral dissertation, Universitas_Muhammadiyah_Mataram).
- Alfarisi, A. (2019). Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020, November). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiatmo, A. (2012). Analisis strategi pengembangan usaha pada UKM batik semarangan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 282-294.
- ANGGUN, T. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (Studi Pada Usaha Pengolahan Kerupuk Mekar Sari di Karangklesem, Purwokerto Selatan)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Aryansah, J. E., Mirani, D., & Martina, M. (2020). Strategi bertahan usaha mikro kecil dan menengah sektor kuliner di masa pandemi covid-19. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 323-329.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 5(1), 60-74.
- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51-63.
- Fardhani, R. N. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli Produk Umkm Camilan Seblak Pedas Ceria Di Desa Bono Sedati Gede* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Hajati, D. I. (2021). Analisis Perbedaan Pendapatan Usaha Kuliner Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(6), 566-573.
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Swot

Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 5(2), 131-142.

HARIPATWORO, L., & IRMAWATI, B. ANALISIS BUSSINESS MODEL CANVAS PT. DHENARA PRIMA MANDIRI.

Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi pengembangan bisnis dengan metode business model canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113-120.

HASANAHAH, R. F. *Strategi Pengembangan Usaha Susu Sapi Perah Dengan Pendekatan Business Model Canvas Studi Kasus Koperasi Peternak Galur Murni Kabupaten Jember* (Doctoral dissertation, Fakultas Teknik Universitas Jember).

Herawati, N., Lindriati, T., dan Suryaningrat, I.B. 2019. Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi Vol.13 No. 01.2019*

Irawati, D A., Hubeis, M., dan Muksin. 2016. Strategi Pengembangan Koperasi Peternak Galur Murni di Kabupaten Jember. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol 3 No. 1, Januari 2016*.

Kusumaningrum, D. A., Pangestu, N. D., Yolanda, D., & Putra, R. H. O. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(6), 551-565.

Kuswardhani, N., Agustian, R., & Plus, M. L. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS “COFRESH”(Coffee Fresh) DENGAN METODE BUSSINES MODEL CANVAS (BMC) dan QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX). *Agroindustrial Technology Journal*, 4(2), 167-181.

laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.

Maftahah, R., Wijyantini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Inovator*, 11(2), 300-310.

PARHUNIARTI, P. (2021). *STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MATARAM* (Doctoral dissertation, Universitas_Muhammadiyah_Mataram).

Pratiwi, A. I. (2021). “Startup”: Bisnis Kuliner Rintisan di Masa Pandemi Covid-19. *Emik*, 4(1), 1-18.

Pratiwi, R. (2018). *Strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan metode analisis swot (Studi kasus usaha rengginang pulut cv. Uul*

jaya di desa kebun lada kecamatan hinai kabupaten langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).

- Putra, A. F. P. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Klaster Industri Tomat Krispi Daumato Berdasarkan Analisis SWOT dan BMC. *Journal of Industrial View*, 2(1), 33-42.
- Putra, I. P., & Prabawani, B. (2021). Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 952-964.
- Retnaningsih, C., & Ruenda, O. (2020, December). Adaptasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bandeng Presto Selama Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus di Kota Semarang. In *Seminar Nasional Lahan Suboptimal* (No. 1, pp. 1099-1107).
- Rochayati, N., Irma, E., & Ibrahim, I. (2021, September). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pada Pasca Pandemi Covid-19 di Kelurahan Pagesangan Kota Mataram. In *Seminar Nasional Paedagoria* (Vol. 1, pp. 170-178).
- Rohma, Y. I., Farida, E., & Mustapita, A. F. (2022). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pentol Pedas Alesha Bumiayu Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(24).
- Sancoko, A. H. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time to Eat Surabaya. *Agora*, 3(1), 185-194.
- SELVIA, R. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN SEBLAK DAN BASO ACI WAK ACAN PEKANBARU DALAM MEMANFAATKAN AKUN INSTAGRAM@ WAK. ACAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Sukma, E. &. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Volume 23 No 1, Januari 2021*, 51-63.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *MBIA*, 19(3), 320-330.
- Wahyuni, S. (2021). Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 1(2), 81-86.

- Wahyuningsih, E. S., Sagala, D. M., Rahmadani, Y., Arifah, A., & Sari, D. P. P. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Masa Pandemi (Studi PT Indofood Sukses Makmur). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3057-3065.
- Wijayanti, R., Suratman, S., & Sugiyanto, E. K. (2021). Strategi Adaptasi Di Era Pandemi Covid 19 Bagi Umkm Kalicari Pedurungan Semarang. *InEJ: Indonesian Engagement Journal*, 2(1).GI UMKM. *Indonesian Engagement Journal*, 2, 71-78.

