

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh Warung Seblak Ronyok Lhokseumawe dalam meningkatkan daya saing di pasar kuliner pedas. Usaha ini menarik untuk dikaji karena berhasil mempertahankan eksistensinya serta melakukan ekspansi secara bertahap dengan tetap menjaga kualitas produk dan pelayanan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha Seblak Ronyok meliputi beberapa aspek seperti menjaga konsistensi rasa dan pelayanan, melakukan ekspansi usaha secara bertahap dan terstruktur, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Strategi ini dianalisis menggunakan pendekatan SWOT. Berdasarkan hasil analisis, strategi yang diambil terbagi ke dalam empat kategori SWOT, yaitu strategi SO untuk memperluas pasar, strategi WO untuk memperbaiki kelemahan dan memanfaatkan peluang, strategi ST untuk menghadapi ancaman melalui kekuatan internal, serta strategi WT yang bersifat bertahan melalui evaluasi dan promosi.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, SWOT, Daya Saing, Usaha Kuliner

ABSTRACT

This study aims to find out the business development strategies implemented by Warung Seblak Ronyok Lhokseumawe in increasing competitiveness in the spicy culinary market. This business is interesting to study because it has managed to maintain its existence and expand gradually while maintaining the quality of products and services. The approach used in this study is a descriptive qualitative approach, with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results of the study show that Seblak Ronyok's business development strategy includes several aspects such as maintaining consistency of taste and service, expanding the business gradually and in a structured manner, and utilizing social media as a means of communication and promotion. This strategy was analyzed using the SWOT approach. Based on the results of the analysis, the strategies taken are divided into four SWOT categories, namely the SO strategy to expand the market, the WO strategy to improve weaknesses and take advantage of opportunities, the ST strategy to face threats through internal strength, and the defensive WT strategy through evaluation and promotion.

Keywords: Business Development Strategy, SWOT, Competitiveness, Culinary Business