



## **Strategi *Survival* Dalam Mempertahankan Eksistensi Warung Sate Blendet Di Balong Kabupaten Ponorogo**

**Elsy Rozim Pratiwi<sup>1\*</sup>, Ajeng Wahyuni<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [elsyrozim2@gmail.com](mailto:elsyrozim2@gmail.com)

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [ajeng@iainponorogo.ac.id](mailto:ajeng@iainponorogo.ac.id)

---

### **Article Info**

---

**Article history:**

Received November 15, 2022

Revised June 27, 2023

Accepted June 27, 2023

Available online June 30, 2023

---

\*Corresponding author email:

[elsyrozim2@gmail.com](mailto:elsyrozim2@gmail.com)

Phone number: 089651780810

---

**Keywords:**

Sate Blendet, Strategy, Survival, Traders

---

### **Abstract**

---

This research aims to identify and analyze the constraints of Sate Blendet traders in running a business, the survival strategy used by Sate Blendet traders to maintain their existence, and the results of implementing strategies used by Sate Blendet traders. The object of this study is the State Blendet trader in Balong, Ponorogo Regency. The method used in this research is descriptive qualitative, is field research, and uses interview techniques. The results of the study concluded that the business constraints of Sate Blendet traders in running a business were when raw materials were scarce, or those commonly used were not available, production was long when raw materials increased, the traders reduced the size of the satay, technological stuttering, less able to develop business, product availability, and service—not keeping clean. In terms of survival strategy, all variables have been fully fulfilled with the theory of business survival strategy. They start from access to raw materials, production, value, promotional capabilities, limited market, business opportunities, product availability, and services. The results of implementing the business strategy on Sate Blendet traders have been successful, starting from access and raw materials used, faster, more efficient production, saving time and energy, from service successfully maintaining consumer loyalty, increasing consumers, and increasing sales. This study contributes to developing the concept of an in-depth study of survival strategies in maintaining the existence of Sate Blendet traders in Balong, Ponorogo Regency.

---

DOI: [10.21154/niqosiya.v3i1.1267](https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i1.1267)

Page: 104-119

---

---

Niqosiya with CC BY license. Copyright (c) 2023 Elsy Rozim Pratiwi, Ajeng Wahyuni

---

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis maupun usaha sangat ketat. Para bisnisan berlomba-lomba untuk mengelola maupun mempertahankan bisnis mereka agar tetap berjalan. Terlebih pada bisnis makanan dan minuman saat ini berkembang dengan sangat pesat, baik dalam skala kecil, sedang, hingga besar. Salah satu faktor yang mendorong berkembangnya bisnis ini adalah tingginya permintaan konsumen, tentu ini disebabkan oleh faktor gaya hidup dan naiknya pendapatan masyarakat. Perkembangan dunia bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan pembeli agar dapat berhasil menjalankan usahanya (Fahmi, 2010).

Pelaku usaha kecil menengah dibidang kuliner merupakan salah satu kelompok usaha yang dapat bertahan di tengah perubahan dan tidak mengenal masa serta tidak pernah mati. Makanan dan minuman masih menjadi kebutuhan pokok, dengan bentuk skala usaha besar maupun kecil. Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan kuliner. Kuliner merupakan hasil olahan berupa masakan berupa lauk pauk, panganan maupun minuman yang berperan penting dalam membentuk sejarah dunia dan khususnya sejarah Indonesia (Hubeis & Dewi, 2019).

Makanan khas pada umumnya berasal dari industri rumahan yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa hingga makanan tersebut menjadi banyak dinikmati oleh masyarakat. Setiap daerah memiliki kekhasan kuliner sendiri-sendiri. Selain menjadi makanan yang dikonsumsi masyarakat, kuliner menjadi identitas khas dari daerah bahkan banyak juga kuliner khas yang hampir punah atau jarang di temui yang menjadi daya tarik tersendiri. Banyak diantara kuliner yang menjadi populer menjadi identitas suatu daerah. Salah satu kuliner yang jadi kegemaran masyarakat adalah sate. Sate merupakan makanan yang terbuat dari daging yang dipotong kecil-kecil dan ditusuk sedemikian rupa dengan tusukan bambu, kemudian dipanggang menggunakan bara arang kayu. Di Indonesia ada berbagai macam sate tergantung sate khas daerah masing-masing, seperti sate ayam, sate kambing, sate kuda, sate kelinci, dan lainnya.

Di Kabupaten Ponorogo yang menjadi ciri khas makanan daerah dan sebagai daya tarik wisata kuliner adalah sate ayam. Tetapi sate ayam sendiri di Ponorogo ada berbagai macam sesuai dengan bumbu dan penyajiannya. Sate ayam khas Ponorogo ada dua yaitu sate ayam bumbu kacang kecap dan sate ayam blendet. Tetapi untuk Sate Ayam Blendet tidak semua kalangan masyarakat mengenali makanan khas Balong Ponorogo tersebut. Sate Blendet ini memiliki keunikan tersendiri dibandingkan sate pada umumnya yaitu dengan rasa khas dari bumbu rempah kuning dan rasa gurih dari santannya menjadi ciri khas tersendiri yang membuat berbeda dari makanan lainnya. Sehingga sangat disayangkan jika Sate Blendet makanan khas Balong ini sampai hilang atau punah.

Warung Sate Blendet merupakan sebuah usaha milik keluarga atau berbentuk kedai restoran sederhana untuk berjualan makanan, makanan tersebut makanan khas daerah yaitu

Sate Ayam Blendet Ponorogo. Pedagang Sate Blendet sendiri semua berasal dari Kecamatan Balong Ponorogo, dan yang menjual Sate Blendet sendiri tidak banyak. Hanya beberapa pedagang yang berjualan Sate Blendet karena usaha tersebut merupakan usaha turun temurun. Di Balong warung Sate Blendet tidak banyak ditemui baik itu warung Sate Blendet yang ada di Pasar Pahing Balong maupun warung sate yang berjualan pada sore hari. Warung Sate Blendet pedagang yang berjualan sore hari tersebut buka setiap hari pada sore hari pukul 16.00 sampai pukul 22.00 malam dan libur di hari Kamis. Pedagang Sate Blendet dalam penjualan setiap harinya menghabiskan 400 tusuk sate dan itu pasti habis. Setiap tusuk sate di harga dengan Rp 1.500. Pedagang Sate Blendet jika warung rame biasanya 400 tusuk sate dari jam 16.00 sore sampai jam 20.00 malam Sate Blendet tersebut sudah habis terjual. Untuk konsumen Sate Blendet sendiri berasal dari warga lokal Kecamatan Balong, warga Kecamatan lain yang ada di Ponorogo, dan bahkan ada juga konsumen dari luar Kabupaten Ponorogo yang ke Balong hanya untuk makan Sate Blendet (Bibit, komunikasi pribadi, 24 Januari 2022).

Strategi adalah tindakan yang dilakukan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan (Umar, 2001). *Survival* adalah tindakan yang dilakukan untuk bertahan dalam situasi darurat (Gianawati, 2013). Jadi, strategi bertahan merupakan cara yang dilakukan untuk mempertahankan usaha dari masalah yang dihadapi. Ada beberapa strategi yang dilakukan UMKM agar tetap bertahan, yaitu memperbaiki kualitas produk dan layanan, memanfaatkan teknologi dengan optimal, dan mempersiapkan bisnis untuk lebih berkembang (Abdimas, 2021).

Pedagang Sate Blendet saat ini memiliki tantangan-tantangan tersendiri diantaranya adalah akses bahan baku, proses produksi, kurangnya perhatian terhadap nilai, terbatasnya kemampuan dalam melakukan promosi, cenderung menguasai pasar terbatas, kurang bisa membaca peluang, stabilitas produk, dan pelayanan (Tanjung, 2017). Dengan adanya perkembangan dunia kuliner modern yang merabak saat ini menyebabkan masyarakat lebih memilih mengkonsumsi makanan modern. Kecenderungan semakin mengenal kuliner zaman modern atau kuliner dari negara lain ini justru menyebabkan kuliner daerah sendiri menjadi terlupakan. Hal tersebut menyebabkan makanan kuliner tradisional seperti Sate Blendet terdesak kondisi dan menjadi langka. Kurangnya minat masyarakat terhadap makanan tradisional dan pola pikir makanan tradisional sudah ketinggalan zaman ini menjadi tantangan pedagang Sate Blendet. Kemudian pedagang Sate Blendet juga terkendala dengan melonjaknya harga bahan baku yang setiap saat bisa terjadi dan persaingan usaha kuliner yang cukup pesat membuat persaingan usaha semakin ketat.

Penelitian yang dilakukan oleh Puji Almaidah pada tahun 2020 dengan judul Strategi Mempertahankan Eksistensi Usaha Bandeng Presto Sari Rasa Pak Kumis (Studi Kasus Pada Usaha Bandeng Presto Sari Rasa Pak Kumis Di Kudus). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dilakukan beberapa upaya untuk mempertahankan kualitas produk dengan bahan baku yang segar, pembakaran dengan cara tradisional. Untuk mempertahankan eksistensi pelayanan dilakukan dengan pelayanan ramah dan sopan, promosi mulut ke mulut, dan untuk persaingan dilakukan dengan mempertahankan kualitas produk. Faktor-faktor untuk membuat pelanggan tertarik yaitu dengan pelayanan ramah dan sopan, terjaminnya kualitas produk dan rasa,

harga terjangkau, lokasi usaha mudah ditemukan dan nyaman, promosi mulut ke mulut dan rekomendasi keluarga serta teman (Almaidah, 2020). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nurmaya Andhika Sari pada tahun 2020 dengan judul Rahasia Kesuksesan Dalam Mempertahankan Eksistensi (Studi Kasus Pada Warung Sate Kambing Tegar Kabupaten Blora). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, warung sate tegar menggunakan kualitas bahan baku daging yang *fresh*, kedua untuk menjaga rasa bosan pada konsumen maka pemilik warung sate, ketiga untuk menghadapi pesaing pemilik terus berinovasi dengan penyajian menu sate menggunakan hotplate menambah varian menu, keempat tetap konsisten dalam cita rasa sejak dahulu, kelima memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli bersikap ramah tamah, cekatan, sigap dan tanggap saat ramai, menyediakan fasilitas yang memadai untuk pembeli diantaranya parkir dan tempat beribadah (Andhika Sari, 2020).

Penelitian yang dilakukan Mariatul Jannah pada tahun 2020 dengan judul Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha (Studi Kasus Pada Pasar Baru A Kota Palangka Raya). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen pemasaran yang diterapkan para pedagang Pasar Baru A dengan menjual produk yang beragam, harga yang terjangkau, tempat yang nyaman dan melakukan beragam promosi. Para pedagang mampu melakukan strategi manajemen pemasaran dan risiko usahanya dengan baik sehingga usahanya tetap bertahan. Dalam strategi manajemen dalam islam pedagang tidak menghalalkan segala cara untuk mempertahankan usaha, bersaing dengan sehat antar semua pedagang, serta melakukan perencanaan usaha dengan lebih baik (Jannah, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Hanna Zuhijahyanti, Kintan Ayu Agnes Safira, Leonita Lisha Saputri, Erwin Permana pada tahun 2021 dengan judul Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Masa Pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan usaha kecil (UMKM) pemanfaatan internet dan media sosial merupakan strategi yang sangat tepat di tengah pandemi covid-19 antara lain, facebook, instagram, Whatsapp, telegram, serta tergabung dalam usaha online lainnya seperti shopee, go-food, dan grap-food (Zuhijahyanti dkk., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Victor Christanto pada tahun 2020 dengan judul Mempertahankan Bisnis Keluarga Hingga Generasi Keempat Pada Usaha Kuliner Tahu Campur Cak Kahar Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam manajemen pemasaran, perusahaan memperkenalkan cita rasa masakan yang enak kepada masyarakat dengan promosi melalui sosial media dan mengikuti festival kuliner secara rutin. Pada manajemen produksi dan operasional diperlukan pengawasan secara langsung mulai pembelian bahan baku sampai proses produksi. Dalam manajemen keuangan diperlukan pengalokasian dana. Pengalokasian dana dibagi menjadi 3 yaitu: biaya operasional, biaya pribadi, dan tabungan. Pada manajemen sumber daya manusia diperlukan kemampuan memperkenalkan cita rasa masakan melalui promosi di sosial media dan mengikuti festival kuliner secara rutin, mengawasi karyawan dalam mengolah masakan dari bahan mentah menjadi masakan siap saji, dan kepatuhan memprioritaskan pengalokasian dana untuk kepentingan operasional bisnis daripada kepentingan pribadi (Christanto dkk., 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut, perumusan masalah penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana kendala pedagang Sate Blendet dalam menjalankan usaha? (2) Bagaimana strategi *survival* yang dilakukan oleh pedagang Sate Blendet untuk mempertahankan eksistensinya di Balong Kabupaten Ponorogo? (3) Bagaimana hasil penerapan strategi yang telah digunakan pedagang Sate Blendet di Balong Kabupaten Ponorogo?

## **METODE PENELITIAN**

Metode atau jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode (Radjab & Jam'an, 2017).

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang vital dalam suatu penelitian, karena dari penelitian itu mendapatkan data dan mengolahnya (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara pewawancara dengan yang diwawancarai (Bungin, 2007). Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur dimana akan dilakukan wawancara secara langsung dengan 5 pedagang Sate Blendet di Balong Kabupaten Ponorogo. Wawancara dilakukan untuk mengetahui lebih mendetail tentang kendala usaha pedagang Sate Blendet di Balong Kabupaten Ponorogo, strategi *survival* menghadapi kondisi serta eksistensinya, dan hasil penerapan strategi yang telah digunakan pedagang Sate Blendet di Balong Kabupaten Ponorogo.

Analisis data adalah proses menyusun dan mencari data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, angket dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola-pola, memilih mana yang penting dan mudah untuk dipelajari (Sugiyono, 2014). Dalam teknik analisa data ini penulis menggunakan teknik analisis lapangan, dimana proses analisis data dalam penelitian dilakukan pada saat pengumpulan data langsung serta setelah pengumpulan data pada waktu tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap hasil wawancara. Data dari lapangan perlu dicatat secara rinci dan teliti. Untuk selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Dan yang terakhir adalah menarik kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Kendala Pedagang Sate Blendet Dalam Menjalankan Usaha**

Kendala adalah segala sesuatu yang dapat menghambat tercapainya suatu tujuan yang ingin di capai (Mulyono, 2021). Pedagang Sate Blendet di Balong Kabupaten Ponorogo dalam

berjualan pasti memiliki kendala-kendala usaha yang harus dihadapi. Dari hasil wawancara yang dilakukan, para pedagang Sate Blendet dalam menjalankan usaha memiliki kendala-kendala. Jika dianalisa dari kendala-kendala umum UMKM, yaitu:

1. Akses Bahan Baku dan Bahan Baku

Masalah pada saat terjadi kelangkaan bahan baku ayam atau jika terjadi terlambatnya ketersediaan ayam sebagai bahan baku utama pembuatan Sate Blendet di distributor langganan pedagang. Dan juga ketika ayam secara tiba-tiba harganya naik. Kemudian untuk bahan baku lainnya yang menjadi masalah adalah kacang tanah yang digunakan pedagang yang biasanya tidak ada atau harganya tidak bisa diprediksi dan cabe serta kelapa yang harganya sewaktu-waktu naik.

2. Produksi

Proses produksi adalah kegiatan di mana adanya penggabungan dari faktor produksi untuk menciptakan sebuah produk (Badrianto, 2022). Masalah dalam proses produksi pernah terjadi kepada pedagang adalah dalam proses pembuatan sate ketika bahan baku ayam tidak tepat bisa hancur dan alot. Kemudian dalam produksi blendet sate ketika takaran tidak tetap bisa terlalu cair, dan ketika blendet di masak kelamaan bisa menggumpal karena blendet sate bahan baku utamanya tepung dan santan. Dan dalam pembakaran tusuk mudah patah karena terlalu tipis sehingga lentur. Proses produksi Sate Blendet sebelum adanya teknologi-teknologi mesin yang berkembang saat ini bisa mencapai 15 jam sehingga prosesnya lama dari awal sampai akhir.

3. Nilai

Pedagang Sate Blendet kurang memperhatikan nilai yang mampu memberikan rasa puas bagi pelanggan. Misalnya cita rasa, ukuran yang tidak biasa, warna yang tidak menarik, tidak memiliki merek, dan sebagainya. Dalam UMKM pangan itu sangat berpengaruh karena penilaian konsumen terhadap produk dilihat dari faktor tersebut.

Kurangnya perhatian kepada nilai dibuktikan oleh sebagian pedagang Sate Blendet. Dari 5 pedagang Sate Blendet ada 3 pedagang yang kurang memperhatikan nilai yaitu ketika bahan baku naik mengecilkan ukuran ayam. Tetapi ada 2 pedagang yang lebih memilih mempertahankan nilai ukuran.

4. Kemampuan Dalam Promosi

Dengan adanya keterbatasan melakukan promosi sehingga produk kurang dikenal di pasar. Hal ini berdampak kepada rendahnya kemampuan usaha dalam berkompetisi di pasar. Dalam terbatasnya kemampuan untuk melakukan promosi ini dibuktikan dengan pedagang yang gagap teknologi. Mayoritas pedagang Sate Blendet memiliki umur usia lanjut sehingga gagap teknologi. Mayoritas pedagang tidak bisa menggunakan media online sehingga bergantung kepada orang lain.

5. Pasar Terbatas, Kurang Bisa Membaca Peluang, dan Stabilitas Produk

Kecenderungan menguasai pasar yang terbatas sebagai akibat dari lemahnya kemampuan. Untuk berkompetisi dengan usaha yang memiliki sistem produksi dan distribusi yang lebih baik. Cenderung menguasai pasar terbatas karena pedagang Sate

Blendet keberadaannya hanya ada di Ponorogo dan wilayah penjualan Sate Blendet juga hanya ada di hari tertentu dan wilayah tertentu.

Pada masalah ini dibuktikan dari pedagang Sate Blendet yang kurang bisa mengembangkan usaha, ada 3 pedagang yang belum berani membuka cabang usaha. Ada juga 3 pedagang yang tidak berjualan setiap hari, hanya berjualan di hari-hari tertentu. Ada 2 pedagang yang berjualan setiap hari tetapi hanya buka di sore hingga malam hari dan penjualan sate di batasi.

Untuk pemenuhan permintaan pasar kurang terjaga sehingga ketika konsumen membutuhkan, produk tidak tersedia di pasar. Ini dibuktikan pedagang ketika ada pelanggan yang menginginkan Sate Blendet secara tiba-tiba mayoritas tidak menyediakan. Pelanggan harus memesan jauh-jauh hari atau hanya bisa menemukan pedagang yang berjualan di hari tertentu yaitu hari pahing dan wage di pagi hingga menjelang siang. Dan pedagang yang berjualan setiap hari hanya berjualan di waktu sore hari hingga malam atau sampai habis.

#### 6. Pelayanan

Pedagang Sate Blendet dalam pelayanan sebelumnya tidak menggunakan hijab sehingga terlihat kurang rapi. Kemudian karyawan yang direkrut cenderung dari keluarga atau saudara. Ada 2 pedagang yang tidak memiliki karyawan. Kemudian ada 1 pedagang yang dahulu punya karyawan sekarang tidak mempunyai karyawan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa indikator kendala-kendala umum UMKM yaitu akses bahan baku dan bahan baku, produksi, nilai, kemampuan dalam promosi, pasar terbatas, kurang bisa membaca peluang, stabilitas produk, dan pelayanan (Tanjung, 2017). Dari semua indikator kendala umum UMKM tersebut pedagang Sate Blendet memiliki kendala yaitu, ketika bahan baku langka di distributor tetap, bahan baku yang biasanya digunakan tidak ada, ketika bahan baku naik, proses produksi yang terlalu lama, pengemasan dahulu yang hanya satu lapis pembungkus, gagap teknologi yang dirasakan pedagang, kurang bisa mengembangkan usaha, ketersediaan produk, dan kebersihan kurang terjaga. Jadi dari semua kendala yang dimiliki pedagang Sate Blendet sudah sesuai dengan teori kendala umum UMKM oleh M. Azrul Tanjung.

#### **Analisis Strategi *Survival* Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sate Blendet Untuk Mempertahankan Eksistensinya di Balong Kabupaten Ponorogo**

Strategi bertahan dalam penelitian ini adalah cara yang digunakan oleh seseorang untuk mempertahankan keberadaan usaha dan eksistensi dari berbagai usaha yang baru. Strategi bertahan juga merupakan kemampuan dalam mempergunakan cara untuk mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi. Pedagang yang *survive* adalah penjual atau pedagang yang bisa beradaptasi dengan perilaku konsumen dan perkembangan konsep usaha (Marsudi, 2022). Pedagang Sate Blendet dalam mempertahankan usaha menerapkan berbagai strategi sehingga pedagang Sate Blendet tetap *survive*.

1. Akses Bahan Baku dan Bahan Baku

Pada akses bahan baku pedagang Sate Blendet mayoritas dalam pembelian ayam di distributor ayam yang sama, yaitu di distributor tetap yang menerapkan harga lebih murah ke pedagang Sate Blendet. Tetapi jika terjadi kelangkaan atau keterlambatan di distributor tetap maka pedagang Sate Blendet mencari distributor lain, dan jika tidak ada ayam kedu semua pedagang Sate Blendet beralih ke ayam kampung kembali. Bahan baku lainnya seperti kacang tanah, kelapa, cabe, dan sebagainya membeli di pedagang di pasar. Kemudian ketika bahan baku yang biasa digunakan tidak ada maka menggunakan bahan baku serupa yang kualitasnya sama. Untuk tusuk sate sekarang ini mayoritas pedagang Sate Blendet membeli dari distributor dengan jumlah banyak dalam satu kali pembelian, sehingga pedagang melakukan stok tusuk sate karena bisa tahan lama.

Bahan baku sangat diperlukan untuk mempertahankan mutu suatu produk. Jika ingin produk yang di pasarkan tetap disukai konsumen makan bahan baku tersebut haruslah bahan baku yang berkualitas. Ini dijadikan indikator keberhasilan dari sebuah rekayasa serta mengurangi varian produk, kualitas akan memberikan dampak peningkatan *profitable* (Koesdijati dkk., 2020). Dalam pembuatan Sate Blendet bahan baku merupakan kunci utama produk. Para pedagang dalam pemilihan bahan baku sudah memenuhi syarat bahan baku yang berkualitas yaitu bahan baku yang fresh, bahan baku yang memiliki tekstur tepat jika diolah, harga yang tidak termurah, dan jika bahan murah kualitas tidak jauh berbeda. 4 pedagang menggunakan bahan baku ayam fresh yang baru di sembelih, tetapi ada 1 pedagang yang melakukan stok ayam di freezer sehingga ayam tidak segar tetapi ini dilakukan pedagang karena ketika ada pesanan yang secara tiba-tiba. Pedagang Sate Blendet dahulu menggunakan ayam kampung tetapi sekarang beralih ke ayam kedu. Jika menggunakan ayam lain seperti ayam potong akan terlalu lunak dan hancur sehingga tidak bisa di buat sate.

Kemudian dalam pemilihan bahan baku bumbu untuk blendet sate, bahan baku kacang tanah menggunakan kacang tanah yang tidak memiliki harga termurah tetapi jika tidak ada menggunakan kacang tanah dengan harga di bawahnya sedikit. Dan cabe yang digunakan juga cabe yang masih fresh walaupun jika harga naik tetap menggunakan cabe fresh tetapi mengurangi penggunaan cabe. Pedagang mayoritas memilih kelapa yang fresh untuk sekali atau dua kali produksi supaya kualitas blendet bagus. Mayoritas pedagang Sate Blendet berani melakukan stok pada bahan baku blendet seperti bawang merah, bawang putih, kunyit, dan kacang tanah untuk beberapa kali produksi. Bahan tersebut cukup bisa tahan lama jika disimpan dengan baik. Tusuk sate yang digunakan pedagang Sate Blendet juga berkualitas bagus. Dahulu para pedagang menggunakan tusuk dari lidi yang dipotongi sendiri sehingga menyita waktu dan kualitas lidi yang tipis sehingga mudah patah. Jadi, sekarang sudah beralih ke tusuk sate dari bambu yang dibuat pakai mesin, sehingga ukuran dan ketebalannya sama yang membuat tidak mudah patah.



## 2. Produksi

### a. Teknologi Produksi

Teknologi adalah sebuah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada dan arena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem. Teknologi juga suatu alat yang digunakan untuk mempercepat produktivitas dalam suatu usaha (Alansori & Listyaningsih, 2020). Pada teknologi penanganan bahan baku ini para pedagang Sate Blendet sudah melakukan perubahan dari pemotongan dengan pisau berubah ke mesin pemotongan ayam yang ada di distributor ayam. Sehingga ini menimbulkan efek yang cepat di tangani setelah pemotongan dan tidak membutuhkan waktu yang lama jadi lebih efisien. Kemudian untuk teknologi penggilingan bumbu mayoritas pedagang Sate Blendet juga sudah mengubahnya menggunakan mesin, seperti mesin diesel, blender, atau mesin di penggilingan. Dan mayoritas pedagang juga sudah beralih ke mesin untuk melakukan pamarutan kelapa.

### b. Teknologi Penyimpanan

Produk bahan baku daging atau ikan dan sayur akan terus melakukan metabolisme dan respirasi. Tingkat penerimaan konsumen terhadap kesegaran produk baik itu daging atau ikan dan sayur apabila teknik yang diaplikasikan mampu mencegah atau menunda proses pematangan atau pembusukan (Indriayu dkk., 2020). Dalam teknologi penyimpanan para pedagang Sate Blendet memanfaatkan teknologi kulkas atau freezer untuk penyimpanan. Ada 1 pedagang yang menggunakan freezer untuk menyimpan ayam dijadikan stok. Tetapi 4 pedagang lainnya tidak berani melakukan stok ayam karena mempertahankan kualitas kesegaran ayam sebelum diolah. Pedagang menggunakan kulkas untuk penyimpanan bahan bumbu dan sebagai tempat penyimpanan sate yang sudah di olah sebelum dibakar.

### c. Metode Produksi

Jika metode berubah maka mutu produk juga akan berubah, sebisa mungkin metode yang digunakan harus sama atau lebih baik untuk mempertahankan mutu (Radjab & Jam'an, 2017). Untuk metode produksi pedagang Sate Blendet melakukan banyak perubahan ini dibuktikan dahulu pengolahan bumbu masih ditumbuk dengan tangan, sekarang sudah menggunakan mesin dan penggilingan kelapa juga sudah memakai mesin. Dari 5 pedagang Sate Blendet ada 1 pedagang Sate Blendet yang masih melakukan produksi secara tradisional. Dalam pembuatan bumbu masih ditumbuk karena menurut beliau ketika metode berubah rasa juga ikut berubah. Mayoritas pedagang mempertahankan rasa supaya tetap sama walaupun metode yang digunakan berubah ke metode yang lebih mudah dan cepat.

## 3. Nilai

Dalam memperhatikan kualitas produk makanan terdapat 3 indikator dimensi yang harus diperhatikan, yaitu:

Pertama, penampilan (*Appearance*), yaitu munculnya makanan termasuk ukuran, bentuk, warna, struktur, transparansi atau kekeruhan, kusam atau mengkilap, dan tingkat keutuhan atau kerusakan (Vaclavik & Cristian, 2014). Pada penampilan sudah dibuktikan dengan warna Sate Blendet yang memiliki warna kuning dari kunyit sehingga alami. Untuk bentuk pedagang Sate Blendet dalam membuat sate selalu memperhatikan bentuk supaya bagus sejajar. Tetapi untuk nilai ukuran sate, ada 3 pedagang mengecilkan sedikit ukuran sate untuk mempertahankan harga jual Sate Blendet. Namun 2 pedagang memperhatikan nilai dengan mempertahankan ukuran Sate Blendet tetapi menaikkan harga jual Sate Blendet.

Pengemasan produk merupakan suatu usaha untuk meletakkan produk dalam suatu tempat atau wadah dengan memberikan perlindungan pada produk tersebut. Adapun syarat yang perlu dipenuhi bahan kemasan supaya dapat berfungsi baik, yaitu melindungi produk dari kotoran dan bahan kontamin supaya terjaga kebersihannya, melindungi kerusakan fisik, ekonomis dan efisien, mudah dibuka atau ditutup, dan sebagainya (Indriayu dkk., 2020). Pada pengemasan pedagang Sate Blendet sudah memenuhi kriteria yang dibuktikan dengan penggunaan pembungkus Sate Blendet berbahan dasar kertas nasi, dan daun pisang. Dahulu para pedagang menggunakan pengemasan daun pisang saja, sehingga ketika daun pisang terkadang mudah robek yang bisa membuat produk tumpah ini mengganggu keamanan produk.

Kedua, tekstur (*Texture*), yaitu tekstur mengacu pada kualitas makanan yang bisa dirasakan dengan jari, lidah, langit-langit, atau gigi (Vaclavik & Cristian, 2014). Mayoritas pedagang sangat memperhatikan tekstur, karena dalam Sate Blendet kunci utama produk ada pada ayam. Mayoritas pedagang menggunakan ayam kedu yang memiliki tekstur tidak alot dan tidak terlalu lunak. Kemudian dalam proses pengolahan untuk menciptakan tekstur yang bagus memerlukan beberapa proses yang cukup lama. Mulai di rebus, kemudian di rebus kembali dengan bumbu supaya meresap, kemudian baru di potong-potong kecil untuk dibuat sate. Dan ketika ayam kedu tidak ada pedagang Sate Blendet mayoritas beralih ke ayam kampung, ini dilakukan karena ayam tersebut memiliki tekstur dan cara pengolahan yang sama.

Ketiga, rasa (*flavor*), yaitu rasa merupakan kombinasi antara rasa dan bau serta sebagian besar subjektif. Namun, bukan selera yang terpengaruh tetapi indra penciuman (Vaclavik & Cristian, 2014). Pada Sate Blendet rasanya terbukti dengan bau sate yang enak. Bau yang enak ini berasal dari rempah-rempah yang digunakan dalam pembuatan bumbu sate. Mayoritas pedagang Sate Blendet mempertahankan rasa yang ada, baik dari zaman dahulu sampai sekarang sebisa mungkin mempertahankan rasa agar tidak berubah. Walaupun ketika bahan baku mahal para pedagang tetap mempertahankan rasa agar tetap khas. Kemudian untuk mempertahankan rasa pedagang juga memperhatikan masa bertahannya Sate Blendet. Untuk Sate Blendet yang sudah di campur dengan blendet bisa bertahan 8 jam. Kemudian untuk sate yang di pisah dengan blendet bisa bertahan sehari, ini karena dari pembakaran sate menjadi kering sehingga tahan lama.

#### 4. Kemampuan Dalam Promosi

Promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan salah satunya dengan memakai konsep dan prinsip marketing untuk memasarkan suatu produk yang dimiliki (Halim, 2010). Ini dibuktikan dengan promosi *offline* yang di gunakan Bu Siti Aisyah dengan memberikan bonus sate kepada pelanggan. Namun untuk promosi *offline* 4 pedagang sate lainnya tidak menerapkannya. Tetapi secara tidak langsung semua pedagang sate dalam promosi *offline* dilakukan oleh pelanggan dengan *word of mouth*.

Pemanfaatan teknologi oleh UMKM, memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar yang lebih luas. Kontribusi teknologi informasi seperti jaringan internet berperan penting dalam mengenalkan dan memasarkan produk, seperti pemasaran online dapat menjangkau pasar yang sangat luas dan cepat (Firdausy, 2018). Pada pemanfaatan teknologi dalam promosi walaupun mayoritas pedagang gagap teknologi, pedagang Sate Blendet ada yang melakukan promosi Instagram, Facebook, dan ada juga pemasaran yang dibantu oleh youtubers dimana para youtubers menjadikan Sate Blendet sebagai konten kuliner. Ada juga pedagang Sate Blendet Bu Bibit yang diminta melakukan wawancara TV. Pedagang Sate Blendet Bu Endang juga sudah mendaftarkan produk makanannya di *Grabfood*. Walaupun mayoritas pedagang Sate Blendet ketika melakukan pemasaran *online* bergantung kepada anak, cucu, atau orang lain tetapi dalam pemanfaatan teknologi yang berkembang saat ini sudah menerapkannya.

#### 5. Pasar Terbatas, Kurang Bisa Membaca Peluang, dan Stabilitas Produk

Pedagang Sate Blendet dalam mengatasi pasar yang terbatas dengan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Para pedagang Sate Blendet juga terbuka terhadap media. Pedagang Sate Blendet juga di bantu youtubers yang membuat konten. Dalam cabang usaha ada 2 pedagang Sate Blendet yang sudah mempunyai cabang, dan untuk 3 pedagang lainnya belum berani membuka cabang. Dalam ketersediaan produk memang tidak menyediakan setiap saat. Jadi dalam strategi pedagang menyediakan pemesanan produk jauh-jauh hari atau *online* dengan mencantumkan Nomor WhatsApp atau Handphone agar mudah di hubungi.

#### 6. Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (Idrus, 2019). Ada 2 pedagang yang dahulu tidak mempunyai karyawan, sekarang memiliki karyawan. Ada 1 pedagang yang dahulunya mempunyai karyawan, tetapi sekarang tidak memilikinya sehingga sekarang dalam produksi serta berjualan di bantu anggota. Dan 2 pedagang lain sekarang memanfaatkan anggota keluarga baik dalam produksi maupun berjualan. Jadi semua pedagang sekarang dalam produksi dan berjualan lebih memilih menggunakan sumber daya manusia keluarga, kerabat, atau tetangga ini dilakukan untuk menekan pengeluaran. Serta bisa memberdayakan anggota keluarga atau saudara agar bisa bekerja sehingga mendapatkan penghasilan.

Dalam memperhatikan kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator yang bisa menjalin timbulnya loyalitas konsumen yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), dan *empaty* (Kurniasih, 2021). Dari semua indikator pelayanan semua pedagang Sate Blendet sudah menerapkannya yaitu, dengan bukti fisik berpenampilan yang dahulu berpakaian tidak menggunakan jilbab sekarang semua pedagang dan karyawannya menggunakan pakaian yang rapi dan sopan dengan jilbab dan kebersihan juga lebih terjaga jika berpakaian tertutup, serta pelayanan dengan senyuman, keramahan, sopan santun, kejujuran. Kemudian dalam pelayanan semua pedagang dan karyawannya melayani dengan keandalan dalam berjualan, ketanggapan dalam menyapa serta menanggapi konsumen, kepastian dalam melayani pesanan, dan empati dengan sepenuh hati serta perhatian terhadap kemauan konsumen sehingga konsumen merasa puas.

Berdasarkan penelitian pedagang Sate Blendet memiliki beberapa strategi untuk bertahan, yaitu mencari distributor lain, menggunakan bahan baku lain yang memiliki kualitas sama, menggunakan distributor tetap yang menerapkan harga murah kepada pedagang, membeli bahan baku dalam jumlah banyak, proses produksi beralih menggunakan mesin serta penyimpanan menggunakan kulkas, memilih sedikit mengecilkan ukuran sate, mempertahankan rasa, menggunakan kemasan dua atau lapis, promosi dengan memberikan bonus sate, *word of mouth*, promosi *online*, menerima pemesanan *online*, dan menerapkan indikator pelayanan seperti (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, kepastian, serta empati). Dari penelitian yang dilakukan, terdapat teori strategi bertahan yaitu kualitas produk, pelayanan, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan usaha (Abdimas, 2021). Dari semua teori strategi bertahannya usaha oleh Tim Dosen Abdimas sudah sesuai.

### **Analisis Hasil Penerapan Strategi Yang Telah Digunakan Pedagang Sate Blendet di Balong Balong Kabupaten Ponorogo**

Hasil merupakan perubahan yang di dapat dari sebuah perubahan. Pedagang Sate Blendet setelah menerapkan beberapa strategi yang telah digunakan pasti mendapatkan perubahan dari penerapan strategi yang telah dilakukan. Beberapa strategi *survive* yang telah digunakan pedagang Sate Blendet, yaitu:

#### **1. Akses Bahan Baku dan Bahan Baku**

Dari faktor akses bahan baku mayoritas pedagang Sate Blendet menggunakan bahan baku ayam kedu di distributor tetap, karena di distributor tetap para pedagang diberikan harga yang lebih murah sehingga hal tersebut menguntungkan para pedagang Sate Blendet. Penggunaan ayam kedu juga lebih menguntungkan, karena lebih banyak menghasilkan daging sehingga hasil sate juga banyak dibandingkan yang dihasilkan ayam kampung. Dan jika ayam kedu tidak ada mayoritas pedagang beralih ke ayam kampung kembali walaupun daging yang dihasilkan sedikit, sehingga pasokan bahan baku lancar. Selanjutnya dalam bahan baku seperti kacang tanah, kelapa, dan sebagainya pembelian di pedagang pasar karena bisa melakukan penawaran harga jika pembelian dalam jumlah

banyak sehingga ini memungkinkan mendapat harga sedikit murah. Untuk tepung beras yang digunakan blendet pedagang biasanya membeli dalam bentuk kemasan tetapi terkadang mencampur dengan tepung beras yang digilingkan sendiri untuk menimalisir harga. Dalam pembelian pedagang memilih melakukan pembelian dalam jangka satu atau dua kali produksi, karena para pedagang menggunakan kualitas bahan yang masih fresh ini dilakukan untuk menjaga kualitas rasa serta tekstur. Dan untuk tusuk sate juga mayoritas pedagang sekarang menggunakan bambu yang dibeli distributor yang dibuat menggunakan mesin karena ukuran dan tebalnya sama sehingga tidak mudah patah. Serta pembelian tusuk sate dalam jumlah banyak karena lebih murah.

## 2. Produksi

### a. Teknologi Produksi

Dalam usaha makanan penggunaan teknologi sangat penting. Hasil penerapan strategi pemanfaatan teknologi produksi para pedagang Sate Blendet ini merasakan dampak yang sangat besar. Dalam produksi sekarang lebih efisien, cepat, tidak memerlukan tenaga yang lebih, dan menghemat waktu. Sehingga produksi Sate Blendet sekarang lebih optimal dibandingkan dahulu yang masih tradisional.

### b. Teknologi Penyimpanan

Hasil dari perkembangan penggunaan teknologi penyimpanan ini sangat bermanfaat bagi pedagang dalam penyimpanan bahan bumbu dan pedagang yang berjualan di pagi hari karena proses produksi dilakukan di hari sebelumnya sehingga produk Sate Blendet di simpan di kulkas sebelum di bakar keesokan harinya. Dengan adanya teknologi penyimpanan ini sangat membantu pedagang Sate Blendet sehingga produk tetap terjaga ketahanannya dan terjaga kebersihannya.

### c. Metode Produksi

Metode produksi mayoritas sekarang mulai berubah menggunakan mesin. Tetapi walaupun metode berkembang namun rasa akan tetap sama. Hal tersebut juga baik karena metode produksi yang mengikuti perkembangan membuat lebih mudah dalam produksi, sehingga lebih efisien dan waktu produksi juga lebih cepat. Dan dari perubahan metode produksi tersebut mayoritas pedagang Sate Blendet tidak merasakan adanya perubahan rasa ataupun tekstur.

## 3. Nilai

Dalam memperhatikan kualitas produk terdapat 3 dimensi yaitu penampilan (*appearance*), tekstur (*texture*), dan rasa (*flavor*) (Vaclavik & Cristian, 2014). Di dalam penampilan untuk pewarna sate para pedagang Sate Blendet aman karena menggunakan kunyit. Tetapi dari ukuran ada 3 pedagang Sate Blendet tidak memperhatikan karena pedagang lebih mengutamakan nilai jual tetap sehingga pelanggan tidak lari ke pedagang lain. Dari pengemasan yang dilakukan para pedagang Sate Blendet mayoritas pengemasan yang dilakukan sama. Dari segi keamanan dan kebersihan kemasan baik dan memenuhi kriteria pengemasan produk yaitu pengemasan yang melindungi dari kotoran sehingga terjaga kebersihannya, menjaga kerusakan fisik produk, ekonomis, dan efisien. Untuk tekstur juga baik karena mayoritas pedagang menggunakan bahan baku dan proses

produksi yang sama sehingga tekstur tetap terjaga. Dan untuk rasa mayoritas pedagang Sate Blendet juga baik, karena mayoritas mempertahankan resep turun temurun dari keluarga masing-masing sehingga rasa khas tidak hilang. Dalam indikator ini juga tidak terjadi kesenjangan. Indikator tersebut sangat penting dalam menjalankan usaha makanan. Setelah memperhatikan hal tersebut para pedagang Sate Blendet bisa bertahan sampai sekarang.

4. Kemampuan Dalam Promosi

Hasil dari penerapan strategi promosi pemberian bonus sate, *word of mouth*, dan promosi *online* menumbuhkan loyalitas konsumen, konsumen bertambah, dan penjualan meningkat walaupun dalam promosi *online* semua pedagang bergantung kepada orang lain.. Dari penerapan strategi pemanfaatan teknologi pemasaran ini pedagang Sate Blendet mendapatkan beberapa hasil yang sangat bagus, yaitu Sate Blendet sekarang sudah mulai dikenal masyarakat yang lebih luas sehingga informasi tentang Sate Blendet mulai mudah ditemukan.

5. Pasar Terbatas, Kurang Bisa Membaca Peluang, dan Stabilitas Produk

Dengan strategi menyediakan pemesanan *online* produk jauh-jauh hari atau untuk sebuah acara sehingga pendapatan pedagang bertambah.

6. Pelayanan

Dalam pelayanan sekarang mayoritas pedagang Sate Blendet menggunakan karyawan dengan memberdayakan sumber daya manusia yang ada di sekitar. Dalam pelayanan juga menjadi lebih cepat karena adanya karyawan yang membantu. Hasil dari penerapan menumbuhkan sikap loyalitas pelanggan. Pelanggan menjadi percaya terhadap produk Sate Blendet sehingga dari sikap loyal pelanggan para pedagang mendapatkan volume penjualan naik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa hasil yang telah dirasakan pedagang Sate Blendet setelah menerapkan strategi, yaitu pertama pasokan bahan baku lancar, produk memiliki tekstur serta rasa yang sama, harga bahan baku lebih murah di distributor tetap, bisa melakukan penawaran harga. Kedua produksi lebih cepat, efisien, tidak membutuhkan tenaga lebih, menghemat waktu dan penyimpanan kulkas lebih menjaga ketahanan serta kebersihan sate setelah diolah sebelum di bakar. Ketiga bisa mempertahankan harga jual sehingga pelanggan tidak lari ke pedagang lain dan rasa tetap khas. Kemudian pengemasannya (lebih aman dari kotoran, kerusakan fisik, efisien serta ekonomis). Keempat dari promosi yang dilakukan bisa menumbuhkan sikap loyalitas konsumen sehingga konsumen bertambah dan volume penjualan naik. Kelima dari penerimaan pemesanan *online* maka penghasilan pedagang bertambah. Dan keenam dari penerapan indikator pelayanan kebersihan lebih terjaga, penampilan menjadi rapi dan sopan, serta bisa menumbuhkan sikap loyalitas konsumen.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini, yaitu kendala pedagang Sate Blendet dalam menjalankan usaha yaitu pertama, ketika bahan baku langka. Kedua, proses produksi yang

terlalu lama. Ketiga, ketika bahan baku naik. Keempat, keterbatasan kemampuan dalam promosi. Kelima, kurang bisa mengembangkan usaha dan ketersediaan produk. Keenam, pelayanan kurang menjaga kebersihan. Kemudian strategi survival yang dilakukan oleh pedagang Sate Blendet untuk mempertahankan eksistensinya di Balong Kabupaten Ponorogo yaitu pertama, mencari akses bahan baku lain dan mengganti bahan baku yang kualitas sama. Kedua, menggunakan teknologi mesin teknologi penyimpanan kulkas. Ketiga, mengecilkan ukuran sate serta memperhatikan rasa khas. Keempat, memberikan bonus sate, promosi *word of mouth*, dan promosi online. Kelima, menyediakan pemesanan online. Keenam, Pedagang sate menggunakan beberapa indikator pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), dan *empathy*. Dan hasil penerapan strategi yang telah digunakan pedagang Sate Blendet di Balong Kabupaten Ponorogo yaitu pertama, bahan baku lancar. Kedua, produksi lebih cepat, efisien, menghemat waktu, dan terjaga ketahannya. Ketiga, harga jual tetap dan rasa tetap sama. Keempat, menumbuhkan sikap loyalitas konsumen, menambah konsumen, dan volume penjualan naik. Kelima, penghasilan pedagang bertambah. Keenam, lebih terjaga kebersihannya dan penerapan strategi pelayanan menumbuhkan sikap loyalitas konsumen.

## REFERENSI

- Abdimas, T. Dosen. (2021). *Pengabdian Masyarakat Dengan UMKM Surabaya Berbasis Online Menggunakan Media Video Conference Google Meet*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=MEWqEAAAQBAJ>
- Alansori, Apip., & Listyaningsih, Erna. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. CV Andi.
- Almaidah, P. (2020). *Strategi Mempertahankan Eksistensi Usaha Bandeng Presto Sari Rasa Pak Kumis (Studi Kasus Pada Usaha Bandeng Presto Sari Rasa Pak Kumis Di Kudus)*. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2016/B.131.16.0240/B.131.16.0240-15-File-Komplit-20200218113945.pdf>
- Andhika Sari, N. (2020). *Rahasia Kesuksesan Dalam Mempertahankan Eksistensi (Studi Kasus Pada Warung Sate Kambing Tegar Kabupaten Blora)*. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2016/B.131.16.0070/B.131.16.0070-01-Judul-20200223040112.pdf>
- Badrianto, Yuan. (2022). *Manajemen Operasional (Produksi dan Operasi)*. CV Media Sains Indonesia.
- Bibit. (2022, Januari 24). *Bibit, \*Wawancara\*, 24 Januari dan 19 Mei 2022*. [Komunikasi pribadi].
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Perdana Media Group.
- Christanto, V., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *MEMPERTAHANKAN BISNIS KELUARGA HINGGA GENERASI KEEMPAT PADA USAHA KULINER TAHU CAMPUR CAK KAHAR SURABAYA*. 7.
- Firdausy, C. Mulya. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Gianawati, N. Dyah. (2013). *Strategi Bertahan hidup Buruh Tani Perempuan*. Pandiva Buku.
- Halim, Cipta. (2010). *Tip Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event*. PT Elex Media Komputindo.
- Hubeis, Musa., & Dewi, W. Kania. (2019). *Kuliner: Suatu Identitas Ketahanan Pangan Unik*. IPB Press. <https://books.google.co.id/books?id=D3ASEAAAQBAJ>
- Idrus, S. Al. (2019). *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Indriayu, M., Irianto, H., Setyowati, N., Anam, C., Sk, I. B. S., Suherlan, Y., Muttaqin, H., & Mataram, S. (2020). *BUSINESS DEVELOPMENT SERVICES: MEWUJUDKAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERDAYA*. Cv Indotama Solo.
- Irham Fahmi. (2010). *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan Solusi*. Alfabeta.
- Jannah, M. (2020). *STRATEGI PEDAGANG DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA (STUDI KASUS)*. [<http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3327/>](<http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3327/>)
- Koesdijati, D. A. Walujo., Titiek, & Utomo, Yitno. (2020). *Pengendalian Kualitas*. Scopindo Media Pustaka.
- Kurniasih, Dedeh. (2021). *Kepuasan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek*. Bintang Sembilan Visitama.
- Marsudi, Edy. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV Media Sains Indonesia.
- Mulyono, Sri. (2021). *Etika Bisnis Islam*. CV Alliv Renteng Mandiri.
- Radjab, Enny., & Jam'an, Andi. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tanjung, M. Azrul. (2017). *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Erlangga.
- Umar, Husein. (2001). *Strategic Manajemen in Action: Konsep Teori dan Teknik Menganalisa Manajemen Strategis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vaclavik, V. A., & Cristian, E. W. (2014). *Essentials Of Food Science* (4th ed.). Springer Science+Business Media New York.
- Zulhijahyanti, H., Safira, K. A. A., Saputri, L. L., & Permana, E. (2021). STRATEGI MEMPERTAHANKAN USAHA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI MASA PANDEMI COVID19. *Inovasi*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v8i1.p21-29.11490>