

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* memukul perekonomian Indonesia, salah satu dampak terdapat pada UMKM adalah salah satu contoh pelaku usaha yang mengalami dampak negatif karena adanya *Covid-19*. Angelicious Dessert adalah salah satu UMKM yang mengalami peningkatan penjualan pada masa pandemi *Covid-19*. Fokus penelitian ini ialah meliputi hal-hal yang berkenaan dengan perumusan strategi bisnis, pelaksanaan strategi bisnis dan evaluasi strategi bisnis yang dilakukan Angelicious Dessert sehingga mampu mempertahankan dan menjadi salah satu UMKM yang tetap bertahan bahkan dapat meningkatkan penjualan dari masa pandemi sampai saat ini.

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2024 di Angelicious Dessert. Hipotesis yang dikemukakan adalah analisis SWO dan model bisnis untuk mempermudah dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan bisnis pada Angelicious Dessert. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan data melalui wawancara mendalam kepada pemilik usaha dan perwakilan staff. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Angelicious Dessert menerapkan beberapa strategi penting, seperti pemasaran melalui media sosial, inovasi produk, dan penyesuaian model bisnis. Strategi-strategi tersebut terbukti efektif dalam mempertahankan bisnis dan bahkan meningkatkan penjualan selama pandemi. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi bisnis Angelicious Dessert. Terutama penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Administrasi Bisnis, serta memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha kuliner lainnya dalam menghadapi situasi krisis serupa.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Pandemi *Covid-19*, Model Bisnis, media sosial, inovasi, analisis SWOT.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has hit the Indonesian economy, one of the impacts is on MSMEs, which is an example of business actors experiencing negative impacts due to Covid-19. Angelicious Dessert is one of the MSMEs that experienced an increase in sales during the Covid-19 pandemic. The focus of this research is to cover matters relating to the formulation of business strategies, implementation of business strategies and evaluation of business strategies carried out by Angelicious Dessert so that they are able to maintain and become one of the MSMEs that survive and can even increase sales from the pandemic period until now.

This research was conducted in April 2024 at Angelicious Dessert. The hypothesis put forward is a business model to make it easier to develop strategies to increase business at Angelicious Dessert. The research method is descriptive qualitative with data through in-depth interviews with business owners and staff representatives. This research data collection technique was carried out through interviews and observations.

The research results show that Angelicious Dessert implements several important strategies, such as marketing via social media, product innovation, and business model adjustments. These strategies have proven effective in maintaining business and even increasing sales during the pandemic. Apart from that, this research also identifies factors that influence the success of Angelicious Dessert's business strategy. In particular, it is hoped that this research can contribute to the development of science, especially in the field of Business Administration, as well as provide recommendations for other culinary business actors in facing similar crisis situations.

Keywords : Business Strategy, Covid-19 Pandemic, Business Model, Social Media, Innovation SWOT analysis.