

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia saat ini. UMKM dibidang kuliner pada Kabupaten Bandung mengalami pertumbuhan sebesar 11.944 unit usaha yang menyebabkan persaingan dalam industri kuliner menjadi semakin ketat. MBE merupakan salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Bandung dan mengusung konsep *Grab and Go*. MBE mengalami penurunan signifikan, hal ini disebabkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis MBE saat ini, mengidentifikasi peluang dan tantangan, serta mengembangkan strategi baru menggunakan BMC.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan pemangku kepentingan. Penelitian dilakukan dengan studi kasus pada MBE di Bandung untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MBE membutuhkan 14 strategi baru untuk mengatasi penurunan kinerja yang dialaminya. Strategi-strategi tersebut dikelompokkan ke dalam tiga kategori: jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Strategi jangka pendek meliputi diversifikasi produk, penyesuaian menu dengan tren konsumen, dan pelatihan sumber daya manusia. Strategi jangka menengah mencakup pengembangan program loyalitas pelanggan, pemanfaatan platform digital, dan ekspansi geografis. Strategi jangka panjang fokus pada pengelolaan sumber daya yang efisien, pemanfaatan subsidi perpajakan, dan pengembangan kemitraan strategis.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penyusunan strategi-strategi yang dapat diadaptasikan ke dalam model bisnis MBE untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya. Saran bagi MBE adalah untuk menerapkan strategi-strategi yang telah dirumuskan dengan fokus pada diversifikasi produk, retensi pelanggan, dan efisiensi operasional untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kuliner.

**Kata Kunci:** UMKM, *Business Model Canvas (BMC)*, MBE