

## **PENDEKATAN TRIPLE HELIX PADA UMKM KULINER PAR MAMBO DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI TASIKMALAYA**

**Fitri Sulastri<sup>1)</sup>, Nisa Nurudzati Syifa<sup>2)</sup>, Sri Hardianti<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya

email: 202165017@student.unsil.ac.id

**Submit : 20/04/2022 | Accept : 01/05/2022 | Publish: 30/06/2022 |**

### **Abstract**

*The emergence of the Covid-19 phenomenon has an impact on the economic sector. All sectors of economic activity were suspended, including the culinary activities of the Mambo market. As a result of the PSBB regulation, the community can no longer enjoy their weekends at the Mambo market and the MSMEs in the Mambo market have reduced income. This mambo market is a creative economy of Indonesian local wisdom that keeps the backbone of the Indonesian economy running. Therefore, the purpose of this study is to find out how the developments that occur in a culinary business in the City of Tasikmalaya. Especially during the Covid-19 pandemic, do their business activities experience obstacles or obstacles? If there really is anything and will try to find the right solution to overcome it. This research was conducted using qualitative research methods, the data used and obtained were primary data, then used several library sources and made observations and recorded some of the information obtained. The results of this study will show the impact caused by Covid-19 and the changes that occur in this culinary business activity. And how does it affect Indonesia's economic growth.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Culinary Enterprises, Triple Helix*

### **Abstrak**

Munculnya fenomena covid-19 berdampak pada sektor ekonomi. Semua sektor kegiatan ekonomi dihentikan, termasuk kegiatan kuliner pasar Mambo dihentikan. Akibat Peraturan PSBB para masyarakat tidak bisa lagi menikmati hari weekend-nya ke pasar Mambo dan para UMKM pasar Mambo penghasilan menjadi berkurang. Pasar mambo ini merupakan ekonomi kreatif kearifan lokal Indonesia yang membuat tulang punggung perekonomian Indonesia tetap berjalan. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perkembangan yang terjadi pada suatu usaha kuliner di Kota Tasikmalaya, terutama disaat pandemi Covid-19. Apakah kegiatan usaha mereka mengalami kendala atau hambatan. Jika memang ada apa saja dan akan dicoba untuk menemukan solusi yang tepat untuk mengatasinya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, data yang digunakan dan diperoleh merupakan data primer, kemudian menggunakan beberapa sumber kepustakaan dan melakukan pengamatan serta mencatat beberapa informasi yang didapat. Hasil dari penelitian ini akan menunjukkan dampak yang diakibatkan Covid-19 dan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kegiatan usaha kuliner ini. Dan bagaimana pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia

**Kata Kunci:** Kewirausahaan, Usaha Kuliner, Triple Helix

### **PENDAHULUAN**

Munculnya covid-19 pada bulan Maret 2020 di Indonesia Aktifitas pekerjaan dilakukakan menjadi di rumah/ Work From Home(WFH).Pembatasan

skala besar bertujuan untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Hal tersebut berpengaruh terhadap industri kreatif menjadi terbatas. Seperti yang kita tahu ekonomi kreatif mempunyai peran untuk

meningkatkan pendapatan negara. Terbatasnya ekonomi kreatif menjadikan pendapatan negara berkurang mengetahui hal tersebut adanya perubahan di industri kreatif seperti perubahan pembelian barang, perubahan pekerjaan, perubahan membayar uang. Semua dilakukan secara daring. Tentunya menjadi tantangan bagi masyarakat untuk lebih ditingkatkan lagi iterasi teknologinya.

Mengubah tantangan tersebut menjadi kesempatan bagi industri kreatif untuk lebih dikenal usahanya di seluruh Indonesia. Tetap optimis industri kreatif bisa bertahan sampai Covid-19 ini selesai. Adanya fenomena Covid-19 merubah ke industri kreatif. Sehingga tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui perubahan apa saja di saat terjadinya fenomena Covid-19.

Dengan adanya pandemi ini dipastikan seluruh sektor perekonomian di Indonesia terhenti dan mengalami penurunan. Mengingat bahwa bisnis kuliner ini merupakan sektor perekonomian yang terdampak serius oleh pandemi salah satunya dari semua jenis bisnis yang ada di Indonesia. Tidak sedikit pebisnis yang mengalami kerugian atau hanya sekadar menutupnya untuk sementara waktu, hal ini harus diperhatikan oleh semua pihak, khususnya di dalam bidang UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia (Ardianti et al., 2020). Namun, hal ini tidak menyurutkan semangat para pengusaha, mereka selalu mencari solusi dan berusaha untuk menyesuaikannya dengan situasi pandemi juga dengan tren yang selalu berubah-ubah setiap waktunya. Semenjak pandemi Covid-19 para pengusaha mulai banyak yang menjalankan bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi, yaitu mereka memasarkannya secara online dengan membuka e-commerce atau membuka lapak mereka di beberapa toko online di

Indonesia yang sudah ada sebelumnya. Selain itu para pengusaha kecil atau para pedagang yang biasanya berdagang langsung dan umumnya mereka menjual makanan seperti jajanan yang sangat disukai oleh banyak orang dari berbagai kalangan dan usia, dan biasa kita sebut bisnis atau jenis usaha tersebut adalah bisnis kuliner. Semenjak diberlakukannya peraturan yang membuat orang-orang lebih baik di rumah saja maka mulailah mereka menyediakan layanan pesan antar, hal ini tentunya memudahkan sekali untuk para pemburu jajanan yang sangat ingin dibelinya namun terhalang oleh beberapa kendala dan bisa dibilang ini praktis sekali tanggapan dari orang-orang pun bisa dibilang mereka lebih menyukainya.

Bisnis kuliner ini bisa dibilang paling banyak jumlahnya di Indonesia, karena banyak warga Indonesia yang suka membeli makanan khas Indonesia, bahkan sejak Covid-19 ini banyak sekali bisnis-bisnis makanan yang didirikan dan tentunya dengan menghadirkan inovasi di dalamnya supaya memiliki daya tarik yang lebih baik dan berbeda dari yang lainnya.

Disini yang akan dibahas adalah mengenai bisnis kuliner yang terdapat di Kota Tasikmalaya yaitu Pasar Mambo sebuah tempat dimana berada banyak penjual yang menjual makanan atau jajanan yang khas dan banyak disukai pada umumnya, pada Pasar Mambo ini akan dibahas apakah dalam kegiatannya itu terdapat model triple helix.

Adapun Apakah ada peran triple helix dalam membantu umkm di tasikmalaya? Apakah ada peran triple helix dalam umkm kuliner pasar mambo?

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan khazanah ilmu dan informasi mengenai UMKM pada masa pandemi pernah mengalami kesulitan dan mampu bertahan di masa pandemi ini berkat adanya aktor penggerak ekonomi kreatif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu menggunakan wawancara kepada 5 orang UMKM yang berada di pasar kuliner Mambo Tasikmalaya dan data sekunder berupa studi kepustakaan menurut Hasan (2002:58). Sumbernya berasal dari buku, jurnal, berita tentang triple helix, kuliner, ekonomi kreatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan serta kemampuan atau perilaku seseorang ketika dihadapkan pada sebuah tantangan yang memperoleh peluang serta risiko yang mungkin akan dihadapinya. Pengetahuan, kemampuan, dan mental kewirausahaan akan mampu menciptakan pelaku bisnis yang kompetitif dalam proses pengembangan kewirausahaannya (Diandra, 2019). Oleh karena itu pandangan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan strategi pembudayaan kewirausahaan diharapkan menjadi suatu media untuk meningkatkan kompetensi serta kualitas kewirausahaan sekaligus sebagai sarana untuk memunculkan pengusaha baru yang memiliki upaya-upaya dalam melakukan pengenalan peluang, penyusunan sumber daya dengan lebih memperhatikan risiko sehingga bisa membangun suatu usaha bisnis (Soeprapto, 2012).

Sementara itu kuliner merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *culinary* yang artinya adalah kegiatan yang berkaitan dengan memasak. Dan istilah ini dapat digunakan untuk kegiatan lainnya seperti seni kuliner, seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, dan hal lainnya yang mempunyai keterkaitan dengan memasak atau makanan (Ezizwita & Sukma, 2021).

Pengertian luasnya menurut Griffin dan Ebert adalah semua aktifitas dan

institusi yang memproduksi barang dan jasa untuk kebutuhan hidup sehari-hari, sementara itu dalam arti sempit bisnis mempunyai arti yaitu sebuah organisasi yang menyediakan barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Maka dari itu, bisnis adalah seluruh kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Maka dari itu bisa dibilang bahwa bisnis kuliner merupakan suatu kegiatan yang memproduksi makanan, baik berupa lauk-pauk, panganan maupun minuman yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan.

Dalam menjalankan bisnis tidak jauh di dalamnya terdapat sebuah strategi yang dirancang supaya kegiatannya berjalan dengan baik sesuai rencana. Strategi itu sendiri adalah sebuah alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi dapat didefinisikan sebagai sebuah rencana yang berisi tindakan-tindakan yang menjelaskan mengenai pengalokasian sumber daya dengan berbagai kegiatan untuk menghadapi lingkungan, mendapatkan keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan suatu perusahaan. Strategi juga dapat diartikan sebagai sebuah rencana guna memperluas pengaruh terhadap suatu pasar, dalam jangka pendek maupun jangka panjang berdasarkan pada hasil riset pasar sebelumnya, termasuk penelitian, perencanaan produk, promosi hingga rencana penjualannya. Definisi lain mengatakan bahwa strategi adalah rencana yang berskala besar serta memiliki orientasi pada masa yang akan datang untuk mampu berinteraksi dengan lingkungan yang penuh persaingan supaya dapat mencapai tujuan utama suatu perusahaan.

Adapun manajemen sesuatu yang tak akan pernah terpisahkan juga dari yang namanya sebuah bisnis, manajemen adalah

serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Sementara itu manajemen strategi yang dapat diartikan sebagai suatu ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang mungkin akan membantu suatu perusahaan dalam menggapai tujuannya.

Tujuan manajemen itu sendiri adalah melihat kembali kelebihan, kekurangan, kesempatan dan hambatan yang ada pada suatu bisnis, dan selalu berusaha untuk memperbaharui strategi yang telah dirancang agar mampu sesuai dengan perkembangan zaman serta perubahan lingkungan eksternal yang tidak selalu sama. Karena sewaktu-waktu akan berubah dan terus mengalami perubahan, melakukan inovasi terhadap suatu produk supaya selalu sesuai dengan keinginan konsumen dan mengusahakan selalu terdapat pengembangan suatu produk. Melaksanakan dan menilai kembali strategi yang sudah dipilih secara efektif dan efisien, serta mengevaluasi kinerja suatu perusahaan, melihat kembali dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi apabila terdapat penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi.

Pendapat lain mengatakan bahwa manajemen strategi dapat mengatasi masalah yang dihadapi organisasi dengan lebih cepat dan lebih tepat, menjadi lebih peka dalam menghadapi tantangan yang datang dari luar perusahaan, membuat keputusan terbaik karena hubungan timbal balik dengan kelompok lain akan menciptakan berbagai strategi yang lebih besar, kerjasama dengan tim karyawan ketika merumuskan sebuah strategi akan mampu memperbaiki pengertian mereka atas suatu penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan maka dari itu akan meningkatkan motivasi kerja para karyawan khususnya, dan bahwa

perusahaan yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih mendapatkan keuntungan dan lebih berhasil. Karena manajemen strategi berperan dalam menetapkan arah dan tujuan suatu perusahaan dengan memahami lingkungan baik dari dalam maupun luar dari perusahaan tersebut.

Karena kewirausahaan menjadi modal yang utama bagi pertumbuhan ekonomi pada suatu negara. Kewirausahaan adalah strategi yang mampu mendorong tumbuh kembangnya suatu wilayah hingga suatu negara. Dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang ideal sangatlah perlu diimbangi oleh pengembangan kewirausahaan karena tanpanya bagaikan sebuah mimpi belaka saja. Kewirausahaan akan menjadi potensi bagi meningkatkan kesejahteraan suatu negara. Program kewirausahaan ini menjadi modal dalam menghasilkan lapangan kerja sebanyak-banyaknya. Menyerap lebih banyak lagi lapangan pekerjaan yang baik secara lokal dan secara nasional, tetapi itu semua hanya bisa dicapai melalui proses yang lama.

Kewirausahaan merupakan proses, yang dibawa masing-masing perorangan dalam mengidentifikasi kesempatan kewirausahaan yang baru, kemudian memodifikasinya menjadi produk barang dan jasa yang dapat dijual. Penciptaan produk baru atau yang lebih umum dikenal dengan istilah inovasi produk yang sudah ada pun menjadi bagian dari proses. Kenyataannya jumlah pengusaha di Indonesia masih jauh tertinggal dibandingkan dengan negara-negara yang lain. Diperkirakan Indonesia masih memerlukan 3% wirausahawan dari keseluruhan jumlah penduduknya. Berdasarkan Global Entrepreneurship Index, Indonesia menempati urutan ke 97 dari 139 negara. Berada dibawah Thailand, Malaysia, dan Vietnam dan hal ini menjadi tantangan bagi Indonesia.

Melakukan pengembangan kewirausahaan harus dengan cara melakukan pengembangan pelaku usahanya pula supaya menghasilkan yang berkualitas, baik dari segi pengetahuannya maupun keterampilan, kemampuan, dan mental harapannya agar tercipta kemandirian dalam menjalankan usaha dan bisnis. Hal ini dilihat sebagai sesuatu yang sangat penting apalagi jika usaha yang digeluti ada kaitannya dengan aktivitas sosial pada masyarakat dan memiliki dampak positif pada lingkungan sekitar. Pelaku usaha konvensional memiliki kesamaan dengan pelaku usaha sosial hanya saja pelaku usaha sosial merupakan aset dan unsur utama dalam kewirausahaan sosial pada masyarakat dan penentu tumbuhnya suatu wilayah dalam pengembangan kewirausahaan dengan basis kemasyarakatan. Dan tidak semua pelaku usaha dapat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat kecuali pelaku usaha sosial yang kegiatannya melibatkan masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Program pengembangan kewirausahaan dilaksanakan dengan beberapa strategi yaitu: meningkatkan kemampuan kewirausahaan melalui program pembangunan kewirausahaan untuk para pebisnis dan calon pebisnis guna meningkatkan kinerja perusahaan, penciptaan produk barang dan jasa yang mempunyai manfaat terhadap kehidupan masyarakat dan perekonomian suatu negara. Kemudian, membudayakan kewirausahaan dengan cara mengarahkan wirausaha khususnya kepada aktivitas ekonomi yang menguntungkan, berkesinambungan, serta bisa diikuti oleh masyarakat luas. Program membudayakan kewirausahaan perlu dilaksanakan dengan intensif, komprehensif, serta terpadu. Kemudian memberdayakan dan mendayagunakan sumber daya yang ada, baik yang ada pada suatu departemen atau instansi yang berhubungan juga

masyarakat dan teknologi informasi. Pemerintah juga memiliki peranan penting dalam membina dan menyediakan sarana dan prasarana yang di dalamnya termasuk kebijakan pendanaan dan modal.

Di tasikmalaya ada Pusat Kuliner yang hits dan banyak dikunjungi oleh warga yaitu Pasar Mambo merupakan pasar yang menyajikan berbagai macam makanan dan minuman di kota Tasikmalaya. Para pedagang UMKM sengaja dikumpulkan dalam satu tempat di sepanjang Jl. Mayor Utarya Kota Tasikmalaya, supaya lokasi para pedang UMKM lebih representatif, tidak lagi sembarangan berdagang di trotoar yang merusak penataan kota dan tidak tertata rapi (InfoPublik - PKL Pasar Mambo Direlokasi, Ekonomi Bergairah, n.d.). Kuliner pasar mambo diadakan setiap malam Minggu cocok untuk menghabiskan dan menikmati Weekend warga Kota Tasikmalaya setelah sibuk bekerja atau belajar semingguan.

Untuk mengembangkan usaha UMKM di Tasikmalaya, selain pasar mambo di beberapa daerah mengadakan Car free day setiap paginya, festival ataupun bazar (Pasar Kuliner Mambo, Pasar Kuliner Hits Di Tasikmalaya Halaman All - Kompasiana.Com, n.d.). Berbagai macam menu kreatif yang ada di pasar Mambo ada makanan dan minuman khas Indonesia, Jepang, Korea, yang terlihat di pasar Mambo Tasikmalaya contohnya yang terlaris makanan dan minuman yang sering dikunjungi adalah Seblak, Kue Pasar, nasi TO, Mie Ayam, Toppoki, Takoyaki, Es krim goreng berasap, Roti John, Sushi dan lain-lain.

### Hasil Wawancara

Permasalahan masyarakat pada masa Pandemi diperoleh berdasarkan hasil wawancara kepada 5 orang masyarakat di Kota Tasikmalaya.

Tabel 1. Hasi Wawancara

No.	Pertanyaan	Kesimpulan
1	Apa yang kamu ketahui tentang covid-19?	Dari 5 respon menyatakan virus covid-19 adalah virus yang dapat menyebar dengan cepat
2	apa yang kamu rasakan masalah terjadinya pandemi covid-19?	Jalan menjadi tidak ramai, sehingga tidak ada objek berjualan, dilarang berjualan juga, pendapatan menjadi menipis.
3	Apa harapan yang anda harapkan, menyimpannya kasus covid-19 ini?	Ada bala bantuan dari masyarakat dan pemerintah

Hasil penelitian pada 5 orang responden menandakan bahwa adanya wabah covid-19 para UMKM di pasar Kuliner Mambo mengalami kesulitan dalam ekonomi. Biasanya pedagang mendapatkan untung besar di hari weekend sekarang mengalami kesusahan dari hari biasa pun kesusahan mendapat untung. Hanya bisa mengandalkan berjualan di rumahnya dan para pelanggannya pun tetangga tetangganya.

“Pada pemberlakuan psbb saya mulai usaha di rumah, pelanggannya pun ya tetangga tetangga saya, tetapi lumayan untunng cukup hanya buat makan. Tetapi ketika weekend lebih untung lagi berkali kali lipat.”

Permasalah pemberlakuan psbb timbul rasa khawatir tidak punya uang untuk makan dan mengalami beberapa kendala seperti sulitnya mendapatkan modal balik untuk usaha, tidak bebas belanja bahan bakunya.

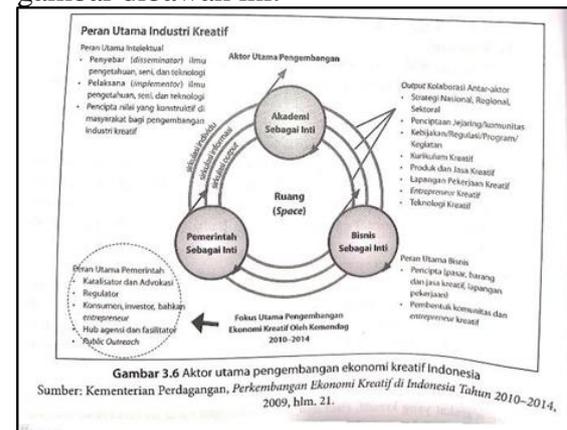
“Bagi kami para UMKM jalan raya itu adalah tempat usaha kami, adanya

pandemi ini merasa kesulitan untuk bebas berjualan dan membeli bahan keperluan .” Karakteristik perusahaan yang dapat bertahan di masa pandemi yaitu perusahaan yang menerapkan 4 karakteristik yaitu Hygiene, low touch less Crowd, dan Low-Mobility . (Hygiene, Low Touch Less Crowd, Dan Low-Mobility CNBC Indonesia, 28 April 2021 - Penelusuran Google, n.d.) .

Harapan para umkm ialah menginginkan atas permasalahan tersebut cepat terselesaikan, tentunya perlu adanya dukungan dari berbagai pihak dan adanya yang menggerakkan permasalahan tersebut.

“Harapan dari para UMKM adanya bala bantuan dari masyarakat dan pemerintah .”

Dalam penelusuran ada aktor penggerak dalam pengembangan ekonomi kreatif di bidang usaha kuliner. Seperti gambar dibawah ini.



Gambar 1. Aktor Penggerak Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Bidang Usaha Kuliner

Setelah PSBB telah berakhir, Pasar Mambo tetap bisa berjalan. Para Akademisi sebagai agent of change dan sebagai aktor penggerak ekonomi kreatif untuk membantu umkm atau menjadi relawan dalam masalah pandemi ini dalam strategi agar UMKM Pasar Mambo dapat bertahan dengan memfasilitasi sarana prasarana penunjang protokol kesehatan memberikan masker gratis, handsanitizer,

penyemprotan disinfektan pada tenda para pedagang, dan mengajarkan kepada UMKM Delivery Order atau Take away untuk membantu pelanggan setianya tetap bisa memesan produknya masa pandemi ini. (Peran Mahasiswa Untuk UMKM Indonesia Di Tengah Pandemi - Dunia Kampus 4.0, n.d.)

Peran pemerintah sebagai aktor penggerak ekonomi kreatif sebagai Katalisator (Suryana, 2013) yang memberikan dorongan agar para UMKM dapat bertahan di masa pandemi yaitu berupa memberikan financial, insentif, dan proteksi. Strateginya berupa memberikan BPUM (Bantuan Produktif Usaha Mikro) dengan mengalokasikan dana sebesar Rp 15,3 triliun kepada pelaku UMKM. Dengan perorang diberikan Rp 1,2 juta. Dengan memberikan syarat setiap pelaku UMKM mempunyai nomor induk berusaha (NIB) dari RT/RW, dan pelaku UMKM tidak terlibat kredit usaha rakyat (KUR). (Jokowi Bagikan Bansos Rp1,2 Juta Ke Pelaku UMKM, n.d.) Para pelaku UMKM di pasar Mambo tidak merasa khawatir lagi uangnya bisa digunakan inovasi dan pemasaran produknya ditengah sepi nya pelanggan.

Sebagai aktor penggerak bisnis atau pelaku usaha yang menciptakan berbagai macam usaha kuliner. Pasar mambo telah menjadi pembentuk komunitas ekonomi kreatif dibidang kuliner. Telah menjadi roda penggerak perekonomian di masa pandemi ini. Tak dapat dipungkiri menurut data BMSI optimisme para UMKM dapat bertahan di masa pandemi diluar ekpetasi pelaku UMKM meningkat signifikan di kuartal IV/2020 menjadi 1128,0 dari asalnya 105,4 (Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis, n.d.). Data BMSI merupakan indeks pertama di Indonesia yang secara rutin mencatat status UMKM. Indeks ini menunjukkan bagaimana kinerja pelaku UMKM pada kuartal tertentu dan ekspektasi mereka untuk 3 bulan ke depan.

Peran Triple Helix ini membawa pengaruh besar pada permasalahan perekonomian masyarakat di Kota Tasikmalaya ini.

## SIMPULAN

Semenjak adanya pandemi Covid-19 aktivitas perekonomian di Indonesia mengalami tantangan, di antaranya terdapat penurunan hasil penjualan, karena banyak usaha-usaha yang gulung tikar atau berhenti sementara karena peraturan yang diberlakukan. Usaha-usaha yang tutup ini tidak membuat mereka yaitu para pelaku ekonomi untuk selamanya tutup dan menunggu pandemi berakhir, mereka mampu menemukan solusi atau cara bagaimana agar mereka bisa melanjutkan usahanya dan bertahan sekuat tenaga dalam keadaan pandemi ini. Dan selama pandemi kegiatan usaha khususnya dalam bidang kuliner telah dikembangkan beberapa inovasi yang mendukung tumbuh kembangnya usaha ini.

Salah satu contoh bada bisnis kuliner Pasar Mambo di Kota Tasikmalaya, yang merupakan penggabungan para pedagang jajanan khas pada suatu tempat yang membentuk suatu pusat jajanan serba ada ini mampu menarik banyak perhatian dan minat orang-orang. Dengan dipusatkannya para pedagang di satu tempat dengan fasilitas tempat yang nyaman dan tersedia tempat lesehan, membuat para konsumen berminat untuk membeli makanan di Pasar Mambo.

Meskipun pandemi Covid-19 Pendekatan Triple Helix para UMKM Tasikmalaya bisa bertahan, seperti penerapan protokol di sana sudah diterapkan, kemudian untuk meminimalisir penularan Covid-19 juga tersedia jasa layanan pesan antar. Kenyamanan sudah banyak diperoleh para konsumen, dan di sisi lain dalam strategi pemasaran meskipun suasana tempatnya belum memenuhi standar untuk bisa dibilang

instagramable, namun di Pasar Mambo ini terdapat atmosfir yang memberikan rasa kehangatan dan kekeluargaan banyak pengunjung yang membeli jajanan dan langsung menyantapnya disana tentunya dengan selalu memperhatikan protokol kesehatan, tak sedikit dari para pengunjung itu yang melakukan dokumentasi berupa video dan foto kemudian meng-share-nya di beberapa akun sosial media mereka, jika diamati kembali di Kota Tasikmalaya ini banyak anak-anak muda yang di dalamnya termasuk pelajar dan mahasiswa, yang mana merekalah yang sering melakukan pembelian ka Pasar Mambo sembari membuat story pada laman sosial media mereka dan selalu berdampak pada membuat teman-teman mereka tertarik untuk mengunjungi Pasar Mambo karena melihat keramaian dan vibes lainnya yang dilihat dari postingan teman mereka juga yang sedang membeli makanan di sana.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, P. N. H., Suwandewi, P. A. M., & Danini, D. A. R. (2020). Bisnis kuliner online, solusi usaha di tengah pandemi covid-19. *Prosiding Webinar Nasional Peranan Perempuan/Ibu Dalam Pemberdayaan Remaja Di Masa Pandemi COVID-19*, Universitas Mahasaraswati Denpasar, 122–130.
- Diandra, D. (2019). Program pengembangan kewirausahaan untuk menciptakan pelaku usaha sosial yang kompetitif. *Jurnal Administrasi Publik*, 10(1), 1340–1347.
- 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.  
<https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>
- Hygiene, low touch less Crowd, dan Low-Mobility CNBC Indonesia, 28 April 2021 - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved June 2, 2022,
- InfoPublik - PKL Pasar Mambo direlokasi, Ekonomi Bergairah. (n.d.). Retrieved May 24, 2022, from <https://infopublik.id/read/151213/pkl-pasar-mambo-direlokasi-ekonomi-bergairah.html>
- Jokowi Bagikan Bansos Rp1,2 Juta ke Pelaku UMKM. (n.d.). Retrieved May 25, 2022, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210730094229-532-674137/jokowi-bagikan-bansos-rp12-juta-ke-pelaku-umkm> *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*. (n.d.).
- Pasar Kuliner Mambo, Pasar Kuliner Hits di Tasikmalaya Halaman all - Kompasiana.com. (n.d.). Retrieved May 24, 2022, from <https://www.kompasiana.com/fikrihikalimubarak9935/627c1ce6bb4486050c28b1a3/pasar-kuliner-mambo-pasar-kuliner-hits-di-tasikmalaya?page=all#section2>
- Peran Mahasiswa Untuk UMKM Indonesia di Tengah Pandemi - Dunia Kampus 4.0. (n.d.). Retrieved May 24, 2022, from <https://www.duniakampus40.net/2020/12/peran-mahasiswa-untuk-umkm-indonesia-di.html?m=1>
- Soeprapto, A. (2012). *Sinergi Kalangan Akademik, Dunia Usaha dan Pemerintah Dalam Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan Mahasiswa*.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.