



## Tren Usaha Seblak Prasmanan Pada Era Kuliner Modern Di Kota Bengkulu

### Buffet Seblak Business Trends In The Modern Culinary Era In Bengkulu City

Agustinah<sup>1)</sup>; Ahmad Soleh<sup>2)</sup>; Silke Sachonovrissa<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>1</sup> [agustinah@unived.ac.id](mailto:agustinah@unived.ac.id), <sup>2</sup> [ahmadsoleh@unived.ac.id](mailto:ahmadsoleh@unived.ac.id)

#### Abstrak

Penelitian ini menganalisis tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu, dengan fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi popularitasnya dan dampaknya terhadap industri kuliner lokal. Seblak prasmanan, makanan tradisional Sunda berbahan dasar kerupuk dan bumbu pedas, kini semakin populer berkat konsep prasmanan yang menawarkan fleksibilitas dalam memilih topping dan tingkat kepedasan. Metode penelitian deskriptif kualitatif diterapkan melalui studi kasus di Kedai Kito, menggunakan wawancara mendalam dan kuisioner. Temuan menunjukkan bahwa seblak prasmanan sangat digemari oleh generasi muda karena fleksibilitas dan cita rasa yang khas. Media sosial terbukti efektif dalam promosi, meskipun terdapat tantangan seperti menjaga kualitas bahan dan persaingan ketat. Kesimpulannya, seblak prasmanan memiliki potensi besar untuk berkembang lebih lanjut dengan inovasi berkelanjutan dan strategi pemasaran yang cerdas, menjadikannya bagian penting dalam kuliner modern di Bengkulu.

**Kata Kunci:** Seblak, Prasmanan, Tren kuliner, Inovasi, Kota Bengkulu.

#### Abstract

This study analyzes the trends of buffet seblak businesses in Bengkulu City, focusing on the factors influencing their popularity and impact on the local culinary industry. Buffet seblak, a traditional Sundanese dish made from crackers and spicy seasonings, has gained popularity through a buffet concept that offers flexibility in choosing toppings and spice levels. A qualitative descriptive research method was employed through a case study at Kedai Kito, utilizing in-depth interviews and questionnaires. Findings reveal that buffet seblak is highly favored by the younger generation due to its flexibility and distinctive flavor. Social media proved effective in promotion, despite challenges such as maintaining ingredient quality and intense competition. In conclusion, buffet seblak holds significant potential for further growth through continuous innovation and smart marketing strategies, positioning it as a vital component in Bengkulu's modern culinary scene.

**Keywords:** Seblak, Buffet, Culinary Trends, Innovation, Bengkulu City.

#### 1. Pendahuluan

Perkembangan dunia kuliner Indonesia menunjukkan tren yang semakin beragam, di mana makanan tradisional kembali digemari dengan sentuhan inovasi. Seblak, makanan khas Sunda yang awalnya merupakan jajanan pinggir jalan berbahan dasar kerupuk dan bumbu pedas, kini semakin populer melalui konsep prasmanan. Menurut Kamus Basa Sunda (2006), "seblak" atau "nyeblak" berarti hati tersengat atau menyengat, mengacu pada rasa pedas dari bumbu kencur itu sendiri. Menurut Kotler (2021), tren adalah pola perubahan yang

menunjukkan kecenderungan umum dalam suatu periode waktu, yang dipengaruhi oleh inovasi teknologi, perubahan gaya hidup, kondisi ekonomi, dan media sosial. Dalam dunia kuliner, tren sering kali ditandai dengan munculnya konsep baru yang menggabungkan elemen tradisional dan modern. Seblak prasmanan, sebagai inovasi dalam penyajian makanan tradisional, merupakan bagian dari tren ini dan mencerminkan adaptasi terhadap selera generasi muda di era globalisasi. Harsana (2016) menjelaskan bahwa makanan tradisional yang dikemas secara inovatif dapat menjadi daya tarik wisata kuliner yang kuat. Selain itu, Wardani (2018) mencatat bahwa globalisasi telah mendorong konsumen untuk menerima adaptasi makanan tradisional yang sesuai dengan gaya hidup modern. Seblak prasmanan adalah contoh bagaimana makanan tradisional dapat diintegrasikan dengan kebutuhan pasar masa kini. Peningkatan minat terhadap makanan bercita rasa kuat dan pedas di kalangan generasi muda, seperti yang dijelaskan Ernawati (2017), mendukung popularitas seblak prasmanan. Kota Bengkulu, sebagai salah satu wilayah yang tengah berkembang dalam sektor kuliner, menunjukkan potensi besar untuk mengadopsi konsep ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu dengan fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi popularitasnya dan dampaknya terhadap industri kuliner lokal. Dengan memahami tren ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengusaha kuliner dalam merancang strategi bisnis, serta bagi pemerintah dalam mendukung pengembangan sektor kuliner yang ada di kota Bengkulu.

## **2. Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis**

### **Transformasi Seblak Dalam Kuliner Modern**

Dalam beberapa tahun terakhir, makanan tradisional telah mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner khas daerah. Tren ini menunjukkan bahwa makanan tradisional bukan hanya sumber nostalgia, tetapi juga memiliki potensi sebagai daya tarik wisata kuliner yang mampu mendatangkan minat konsumen lokal dan wisatawan. Menurut Harsana (2016), makanan tradisional dapat meningkatkan daya tarik wisata suatu daerah melalui nilai budaya dan cita rasa khas yang ditawarkannya. Seblak, sebagai salah satu makanan tradisional dari Jawa Barat, telah berkembang menjadi pilihan kuliner populer yang dikemas dengan cara modern melalui konsep prasmanan, sehingga menarik perhatian generasi muda yang mencari pengalaman makan yang unik.

Selain itu, globalisasi dan modernisasi juga berperan dalam mempengaruhi tren makanan di Indonesia. Wardani (2018), menyatakan bahwa globalisasi membawa dampak pada pola konsumsi masyarakat yang semakin terbuka terhadap inovasi kuliner. Dengan pengaruh ini, makanan tradisional seperti seblak diadaptasi menjadi lebih menarik melalui penambahan berbagai pilihan topping dan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen modern. Konsep seblak prasmanan menjadi contoh bagaimana hidangan tradisional dapat bertransformasi untuk mengikuti selera pasar dan tetap relevan dalam dunia kuliner modern.

### **Preferensi Dan Pemasaran Seblak Prasmanan**

Preferensi konsumen Indonesia terhadap makanan yang bercita rasa autentik dan kaya rempah turut mendukung popularitas seblak prasmanan. Ernawati (2017) menemukan bahwa konsumen Indonesia, terutama generasi muda, memiliki ketertarikan terhadap makanan bercita rasa kuat dan pedas. Fleksibilitas dalam menyesuaikan rasa dan level kepedasan seblak prasmanan memungkinkan konsumen untuk mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan preferensi mereka, menjadikan hidangan ini semakin diminati.

Seblak prasmanan menawarkan kesempatan bagi konsumen untuk meracik hidangan sendiri, sehingga memberikan nilai tambah melalui pengalaman personal yang unik. Strategi pemasaran juga memainkan peran penting dalam meningkatkan volume penjualan usaha seblak prasmanan. Wulandari (2020), menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi mampu menarik perhatian konsumen secara efektif.



Konten visual, seperti video yang menampilkan pengalaman meracik seblak dengan level kepedasan yang bervariasi, berhasil menarik minat konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Promosi melalui diskon, paket bundling, dan interaksi di media sosial juga terbukti efektif dalam mempertahankan pelanggan serta menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini relevan bagi Kedai Kito di Bengkulu yang juga memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan daya tarik usahanya di kalangan konsumen lokal.

### **Inovasi Seblak Prasmanan**

Terakhir, kreativitas dan inovasi dalam penyajian makanan tradisional memainkan peran penting dalam memperkuat branding usaha seblak prasmanan. Ulayya (2021) menyebutkan bahwa penggunaan konsep prasmanan serta variasi dalam topping dan level kepedasan mampu menciptakan pengalaman kuliner yang menarik dan berkesan bagi konsumen. Melalui pendekatan ini, usaha kuliner dapat membangun citra merek yang kuat dan menarik bagi kalangan muda. Kreativitas dalam konsep penyajian seblak prasmanan di Kedai Kito Bengkulu membantu membedakan usaha ini dari kompetitor lainnya, sekaligus mempertahankan minat konsumen dengan inovasi yang relevan dan berkelanjutan.

Berdasarkan kajian ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam penyajian makanan tradisional, adaptasi terhadap tren global, preferensi konsumen terhadap rasa autentik, dan strategi pemasaran yang efektif merupakan faktor kunci dalam kesuksesan usaha seblak prasmanan. Hal ini memberikan dasar yang kuat bagi penelitian untuk menganalisis lebih dalam bagaimana tren ini berkembang di Kota Bengkulu.

### **3. Metode Penelitian**

Metode penelitian menurut Sugiyono (2019) merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu. Kedai Kito dipilih sebagai subjek utama karena inovasinya dalam menyajikan makanan tradisional dengan konsep prasmanan.

Jenis dan Sumber Data : Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh melalui dua teknik utama, yaitu :

1. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan dengan pemilik Kedai Kito, karyawan, dan pelanggan tetap untuk menggali informasi mengenai alasan pemilihan konsep prasmanan, tantangan yang dihadapi dalam operasional usaha, serta persepsi mereka terhadap tren seblak prasmanan di Kota Bengkulu. Wawancara ini bersifat semi-struktural, sehingga memberikan kebebasan bagi informan untuk mengungkapkan pendapat dan pengalaman mereka secara lebih terbuka.
2. Kuisisioner Pelanggan: Kuisisioner dibagikan kepada 50 pelanggan Kedai Kito untuk mendapatkan informasi mengenai kepuasan mereka, preferensi makanan, serta faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam memilih Kedai Kito sebagai tempat makan. Kemudian data yang diperoleh dari wawancara dan kuisisioner akan dianalisis melalui reduksi, disajikan dalam bentuk gambar grafik, narasi, dan penarikan kesimpulan. Metode ini dirancang untuk menggali pemahaman mendalam tentang tren usaha seblak prasmanan, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi popularitasnya di era kuliner modern

### **4. Hasil Dan Pembahasan**

#### **Profil Usaha Seblak Prasmanan Kedai Kito**

Kedai Kito, yang terletak di Jalan Samsul Bahrun, Kota Bengkulu, merupakan salah satu usaha kuliner yang mengusung konsep seblak prasmanan di daerah ini. Berdiri sejak Agustus

2023, Kedai Kito memanfaatkan inovasi dalam penyajian seblak, memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih topping dan tingkat kepedasan sesuai selera. Konsep prasmanan ini menjadi daya tarik utama bagi konsumen, terutama dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang menjadi mayoritas pengunjungnya. Dalam sehari, Kedai Kito mampu menjual antara 50 hingga 100 porsi seblak prasmanan dengan harga rata-rata topping sekitar Rp2.000. Konsep prasmanan yang fleksibel ini memberi pelanggan kesempatan untuk meracik sendiri hidangan mereka, menciptakan pengalaman kuliner yang personal dan unik. Pemilik usaha menyatakan bahwa konsep ini dipilih untuk menyesuaikan dengan tren kuliner yang berkembang dan memenuhi selera pasar modern yang cenderung lebih suka fleksibilitas dalam menikmati makanan.

### Tren Usaha Seblak Prasmanan Di Era Modern

Seblak prasmanan merupakan salah satu contoh tren inovasi dalam dunia kuliner Indonesia, khususnya di Kota Bengkulu. Konsep ini menggabungkan elemen tradisional dari seblak yang dikenal sebagai jajanan pinggir jalan, dengan konsep modern yang memungkinkan konsumen untuk memilih topping dan tingkat kepedasan sesuai selera mereka. Hal ini sangat sesuai dengan preferensi konsumen modern yang menginginkan pengalaman makan yang lebih personal dan fleksibel.

Dalam konteks tren kuliner, *prasmanan* bukanlah hal baru, namun penerapannya pada makanan tradisional seperti seblak merupakan inovasi yang cukup menarik. Harsana (2016) mencatat bahwa makanan tradisional yang dipadukan dengan konsep modern berpotensi besar dalam menarik perhatian pasar, terutama generasi muda yang mencari pengalaman kuliner yang lebih dinamis dan personal.

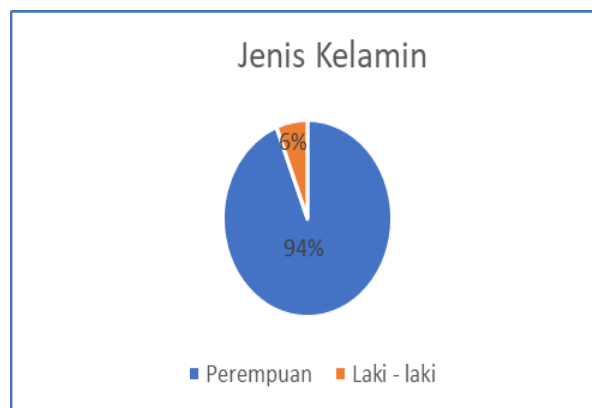
Selain itu, globalisasi juga mempengaruhi pola konsumsi masyarakat yang semakin terbuka terhadap konsep makanan yang menggabungkan elemen lokal dan internasional. Seblak prasmanan merupakan contoh adaptasi makanan tradisional yang mampu bersaing dengan konsep kuliner modern yang lebih beragam dan fleksibel (Wardani, 2018).

Oleh karena itu, tren seblak prasmanan ini bukan hanya mencerminkan perubahan dalam pola konsumsi masyarakat Bengkulu, tetapi juga bagian dari tren kuliner yang lebih besar di Indonesia dan bahkan global.

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini memberikan gambaran demografis pelanggan Kedai Kito. Sebanyak 50 responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuis menunjukkan variasi dalam jenis kelamin, kelompok usia, dan pekerjaan, seperti dijelaskan berikut:

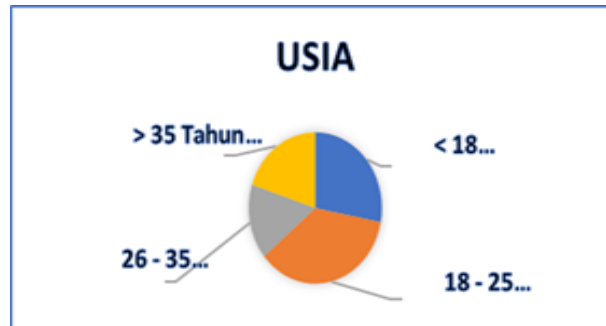
#### 1. Jenis Kelamin



Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin

Mayoritas pelanggan seblak prasmanan Kedai Kito adalah perempuan, dengan jumlah responden sebanyak 94%. Sementara itu, responden laki-laki hanya berjumlah 6%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini lebih diminati oleh pelanggan perempuan, yang mungkin lebih tertarik dengan konsep prasmanan dan inovasi yang ditawarkan oleh Kedai Kito.

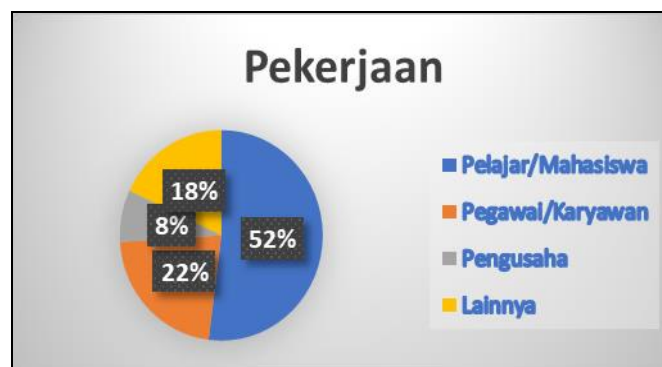
### Kelompok Usia



Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasar Kelompok Usi

Responden didominasi oleh pelanggan dalam rentang usia produktif. Sebanyak 36% berusia 18-25 tahun, diikuti oleh kelompok usia di bawah 18 tahun sebanyak 28%. Sedangkan pelanggan berusia 26-35 tahun berjumlah 16% dan pelanggan di atas 35 tahun sebanyak 20%. Data ini menunjukkan bahwa seblak prasmanan Kedai Kito menarik perhatian generasi muda, terutama pelajar dan mahasiswa, sebagai target pasar utama.

### Jenis Pekerjaan



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasar Kelompok Pekerjaan

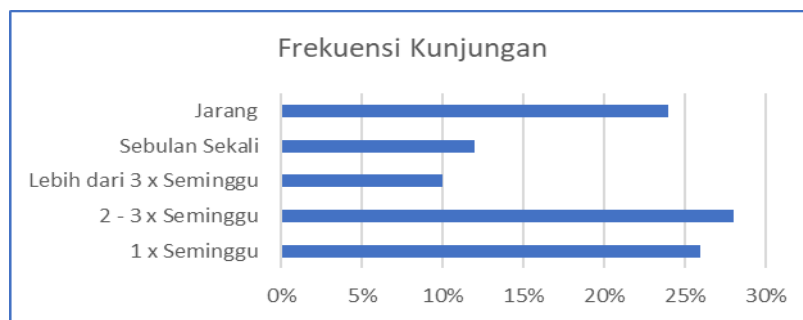
Sebagian besar responden berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, dengan jumlah 52%. Pelanggan dari kalangan pegawai atau karyawan berjumlah 22%, sedangkan pengusaha sebanyak 8% dan sisanya, 18%, memiliki pekerjaan lain yang tidak termasuk dalam kategori tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa seblak prasmanan Kedai Kito memiliki daya tarik khusus bagi pelanggan muda yang cenderung memiliki preferensi kuliner yang fleksibel dan terjangkau.

Secara keseluruhan, profil demografis ini menggambarkan bahwa usaha seblak pramanan mampu menarik perhatian generasi muda, khususnya perempuan, yang memiliki preferensi terhadap pengalaman kuliner yang personal dan inovatif. Data ini relevan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti meningkatkan promosi kepada kelompok usia muda dan memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian pelanggan.

### Frekuensi Kunjungan Pelanggan

Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebarakan kepada 50 pelanggan Kedai Kito, frekuensi kunjungan pelanggan bervariasi. Sebanyak 28% responden mengunjungi Kedai Kito 2-3 kali dalam seminggu, diikuti oleh 26% yang mengunjungi tempat ini sekali seminggu. Selain itu, 12% responden hanya mengunjungi Kedai Kito sebulan sekali, sedangkan 24% jarang mengunjungi. Hanya 10% yang mengunjungi lebih dari 3 kali dalam seminggu.



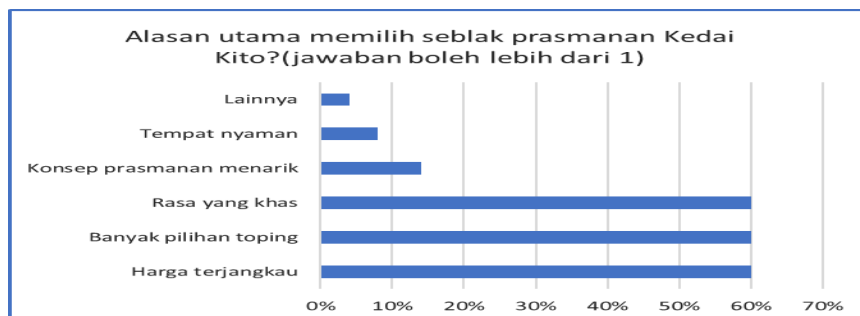


**Gambar 4. Frekuensi Kunjungan Pelanggan**

Hal ini menunjukkan bahwa seblak prasmanan Kedai Kito memiliki pelanggan tetap yang datang cukup sering, namun ada juga kelompok pelanggan yang lebih jarang mengunjungi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2024), pengaruh impulse buying dan frekuensi kunjungan sangat signifikan terhadap niat pembeli. Ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa frekuensi kunjungan yang tinggi di seblak prasmanan Kedai Kito menunjukkan potensi keberlanjutan dan kepuasan pelanggan. Dengan semakin banyaknya pelanggan yang mengunjungi secara rutin, hal ini menunjukkan bahwa tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu semakin dikenal dan digemari, terutama di kalangan konsumen yang mengutamakan fleksibilitas dalam memilih makanan sesuai selera.

#### Alasan Memilih Seblak Prasmanan Kedai Kito

Hasil kuisioner menunjukkan bahwa alasan utama pelanggan memilih seblak prasmanan Kedai Kito adalah harga terjangkau, banyak pilihan topping, dan rasa yang khas, yang masing-masing dipilih oleh 60% responden. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai keberagaman dan fleksibilitas dalam memilih topping, yang menjadi daya tarik utama dari konsep seblak prasmanan Kedai Kito.



**Gambar 5. Alasan Memilih Seblak Prasmanan**

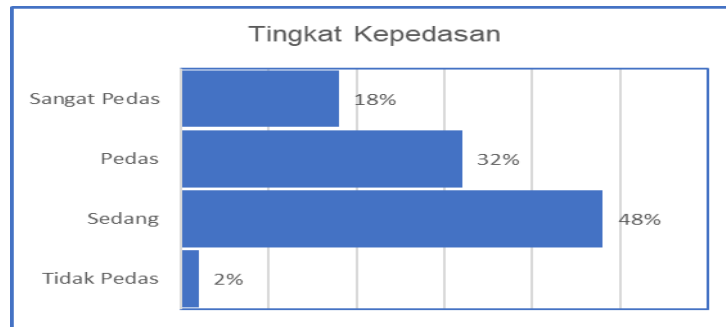
Selain itu, 14% responden memilih konsep prasmanan menarik sebagai alasan utama, meskipun jumlahnya lebih kecil dibandingkan dengan alasan lainnya. Dalam penelitian yang disampaikan (Cahyaningtyas et al., 2023) dalam (Masni, 2020) indikator Persepsi harga yaitu keterjangkauan harga produk, kesesuaian harga dengan kualitasnya, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaatnya (Badriyah Badriyah et al., 2023).

Hal ini dapat menunjukkan bahwa meskipun konsep prasmanan merupakan daya tarik, pelanggan lebih memprioritaskan aspek harga, variasi topping, dan rasa sebagai faktor utama dalam memilih seblak prasmanan Kedai Kito. Tren usaha seblak prasmanan ini sangat relevan dengan kebutuhan konsumen yang semakin menginginkan pengalaman makan yang dapat disesuaikan dengan selera pribadi mereka, menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan personal.

#### Preferensi Tingkat Kepedasan

Sebagian besar pelanggan Kedai Kito lebih memilih tingkat kepedasan sedang, dengan 48% responden memilih opsi ini, diikuti oleh 32% yang memilih pedas dan 18% yang memilih

sangat pedas. Hanya 2% yang memilih tidak pedas. Preferensi ini mencerminkan bahwa konsumen Kedai Kito lebih cenderung menikmati makanan yang sedikit pedas hingga sangat pedas, yang sesuai dengan karakteristik kuliner seblak yang identik dengan rasa pedas.



Gambar 6. Tingkat kepedasan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yanti et al (2024), preferensi tingkat kepedasan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian makanan seblak di Kota Banjarbaru. Ini sejalan dengan temuan peneliti bahwa fleksibilitas dalam tingkat kepedasan merupakan keunggulan kompetitif yang penting. Keberagaman tingkat kepedasan yang bisa dipilih oleh pelanggan menunjukkan bahwa konsep seblak prasmanan Kedai Kito sangat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan selera tingkat kepedasan masing-masing konsumen, sebuah elemen penting dalam tren kuliner modern, di mana konsumen menginginkan pengalaman makan yang lebih personal dan dapat disesuaikan.

### Pengalaman Unik Dengan Konsep Prasmanan

Sebanyak 92% pelanggan merasa bahwa konsep prasmanan yang ditawarkan oleh seblak prasmanan Kedai Kito memberikan pengalaman yang berbeda.

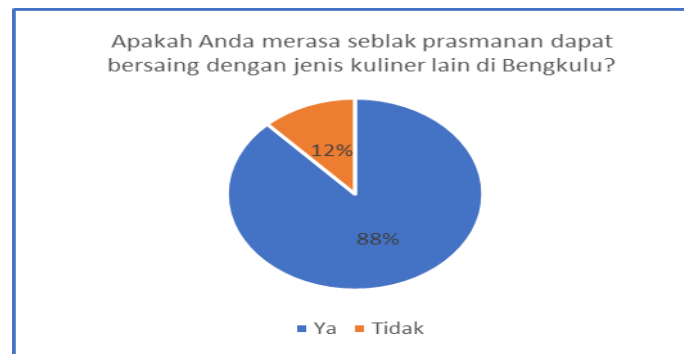


Gambar 7. Pengalaman Konsep Prasmanan

Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mengapresiasi konsep inovatif yang memungkinkan mereka meracik sendiri makanan mereka sesuai selera. Tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu semakin berkembang karena mampu menawarkan pengalaman makan yang lebih interaktif dan personal, yang menjadi ciri khas kuliner modern. Hal ini juga mencerminkan bahwa perubahan dalam pola konsumsi masyarakat, terutama yang lebih muda, menuju pengalaman makan yang tidak hanya sekadar menyantap makanan, tetapi juga melibatkan kebebasan dalam memilih dan meracik makanan sesuai dengan keinginan mereka.

### Daya Saing Seblak Prasmanan di Pasar Kuliner Bengkulu

Sebagian besar responden, yaitu 88%, merasa bahwa seblak prasmanan Kedai Kito dapat bersaing dengan jenis kuliner lain di Bengkulu, sementara 12% tidak merasa demikian.



**Gambar 8. Daya Saing Seblak Prasmanan**

Angka ini menunjukkan bahwa konsep seblak prasmanan yang ditawarkan oleh seblak prasmanan Kedai Kito memiliki potensi untuk bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan kuliner di Bengkulu. Keunikan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh Kedai Kito dalam menyajikan seblak yang bisa disesuaikan dengan selera pribadi menjadi keunggulan kompetitif di pasar kuliner lokal.

Secara keseluruhan, hasil kuisioner menunjukkan bahwa tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu sangat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen masa kini yang menginginkan makanan yang fleksibel, terjangkau, dan dapat disesuaikan dengan selera mereka. Seblak prasmanan Kedai Kito berhasil memanfaatkan tren kuliner ini dan memiliki potensi besar untuk terus berkembang, mengingat respon yang sangat positif dari pelanggan, terutama di kalangan generasi muda.

### Tantangan dan Strategi Operasional

Meskipun konsep seblak prasmanan di Kedai Kito mendapat sambutan positif, usaha ini juga menghadapi beberapa tantangan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Kedai Kito, tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga konsistensi kualitas makanan, terutama bahan topping yang digunakan.

Selain itu, persaingan di industri kuliner lokal juga cukup ketat, dengan banyaknya tempat makan yang menawarkan hidangan serupa.

Untuk mengatasi tantangan ini, Kedai Kito mengimplementasikan beberapa strategi:

- **Menjaga kualitas bahan makanan:** Pemilik usaha memastikan bahwa bahan yang digunakan untuk topping seblak selalu segar dan berkualitas. Penelitian oleh Septyarani (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan, yang mendukung pentingnya menjaga kualitas bahan makanan di Kedai Kito.
- **Promosi media sosial yang aktif:** Sebagai upaya untuk menarik pelanggan, Kedai Kito memanfaatkan media sosial dengan memposting konten menarik yang menunjukkan pengalaman pelanggan dalam meracik seblak mereka sendiri. Menurut Rahmatika (2022), media sosial berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan engagement pelanggan terhadap bisnis kuliner.
- **Inovasi berkelanjutan:** Kedai Kito terus berinovasi dengan menambah varian topping dan memperkenalkan level kepedasan baru untuk menarik minat konsumen yang ingin mencoba variasi rasa. Studi oleh Yuliani (2023) menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah dan berkontribusi pada keberhasilan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu menunjukkan perkembangan yang pesat. Konsep ini berhasil menggabungkan elemen tradisional seblak dengan inovasi yang memenuhi kebutuhan konsumen masa kini, terutama dalam hal fleksibilitas dalam memilih topping dan kepedasan.





Seblak prasmanan Kedai Kito berhasil menarik perhatian pasar dengan mengadaptasi tren kuliner modern, memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, dan terus menjaga kualitas produk. Meskipun menghadapi tantangan dalam hal kualitas bahan dan persaingan, seblak prasmanan Kedai Kito memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh dengan membuka cabang di lokasi yang lebih strategis dan terus berinovasi.

Tren usaha seblak prasmanan ini diperkirakan akan terus berkembang, baik di Kota Bengkulu maupun di daerah lain, seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga dapat disesuaikan dengan preferensi pribadi.

## 5. Kesimpulan

Tren usaha seblak prasmanan di Kota Bengkulu menunjukkan potensi yang sangat besar dalam perkembangan industri kuliner lokal. Konsep prasmanan yang fleksibel, di mana konsumen dapat memilih topping dan tingkat kepedasan sesuai selera, berhasil menarik perhatian generasi muda, khususnya pelajar dan mahasiswa. Inovasi dalam penyajian makanan tradisional seperti seblak ini menciptakan pengalaman kuliner yang lebih personal dan interaktif, menjadikannya bagian dari tren kuliner modern yang semakin diminati. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik usaha ini, meskipun tantangan dalam menjaga kualitas bahan dan persaingan di pasar kuliner lokal tetap ada.

Namun, dengan strategi yang tepat seperti menjaga kualitas bahan, promosi yang aktif, dan inovasi berkelanjutan, Kedai Kito berhasil menghadapi tantangan dan terus berkembang. Secara keseluruhan, usaha seblak prasmanan memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menjadi bagian integral dari kuliner modern di Kota Bengkulu. Dengan kreativitas, inovasi, dan pemahaman terhadap preferensi konsumen, usaha ini dapat terus memenuhi kebutuhan pasar yang semakin dinamis.

## REFERENSI

- Badriyah Badriyah, Sukiyah Sukiyah, Siti Mariskah, & Riki Gana Suyatna. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Membeli Seblak Di Daerah Tirtayasa*. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 288–294. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.567>
- Ernawati, H., Eko, D. P., & Suwandojo, H. (2019). Consumer preferences for Indonesian food. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(3), 280–293. <https://doi.org/10.22146/jieb.52779>
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). *Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di D.I. Yogyakarta*. Yogyakarta: State University of Yogyakarta
- Kotler, P. (2021). *Marketing management* (17th ed.). Pearson.
- Rahmatika, A. (2022). The role of social media in enhancing the culinary business. *Journal of Digital Marketing*, 9(1), 50–65.
- Ramadhan, F., & Jatra, I. M. (2018). *Pengaruh impulse buying dan frekuensi kunjungan terhadap niat pembelian pada situs Tokopedia di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(2), 759–784. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i02.p08>
- Septyarani, T. A., & Nurhad. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 218. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.

- Tim Penyusun Kamus Basa Sunda. (2006). *Kamus Basa Sunda: Sunda-Indonesia*. Kamus Basa Sunda.
- Ulayya, R., Anas, M. H., Aprilia, S., Effendi, A. M. S., Maharaja, I. P., & Farhan, M. (2024). Peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan branding usaha seblak prasmanan by Dilola di Jln. Durung No. 49 Medan. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 183–191. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Wardani, K. A., Helminaroza, & Nurfaizah, I. (2022). Tren makanan sebagai dampak globalisasi terhadap pertukaran budaya. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3, 445. e-ISSN: 2963-3222.
- Wulandari, I., & Yunita, T. (2024). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan “Seblak Prasmanan Bandung” di Bekasi. *Portofolio Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Yanti, Santoso, & Anjardiani. (2024). *Analisis Preferensi Konsumen Remaja Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Seblak di Kota Banjarbaru*. *Jurnal Penelitian Konsumen*, 11(3), 80-92.
- Yuliani, L. (2023). Consumer preferences and product innovation in the food and beverage industry. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 11