

## Analisis Strategi Bisnis Dengan Metode Soar Pada Nasi Bancakan Bandung

Muhammad Rizal Baghieri Atthariq<sup>1</sup>, Sisca Eka Fitria<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, baghieri@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, Siscaef@telkomuniversity.ac.id

### Abstract

*The city of Bandung which is famous for its culinary from the colonial era and until now continues to experience an increase in the growth of restaurants and cafes after the pandemic. Nasi Bancakan, which has been operating for more than 16 years with visitor conditions that had dropped >90% during the pandemic, can still survive too. Along with the improving conditions, Nasi Bancakan issued a seafood menu. With these conditions, what is the strategy of Nasi Bancakan to survive and maintain the uniqueness of its business with the SOAR Method. The research was conducted using qualitative interviews that were selected based on purposive sampling. The result is that Nasi Bancakan utilizes a strategy by maintaining the uniqueness of Nasi Bancakan itself by having typical Sundanese Buhun food with advantages in terms of authentic taste with a tendency to be sweet and an atmosphere that describes the Sundanese countryside as well as every customer who comes must eat using a plate and spoon made of tin and a glass made of zinc. In addition, they also follow the times by using digital marketing and then the opportunities they have such as refining their first branch on Jl. Alkateri..*

*Keywords-Entrepreneurship, SOAR Analysis, Strategic management*

### Abstrak

Kota Bandung yang mana terkenal akan kuliner dari zaman kolonial dan hingga saat ini terus mengalami peningkatan pertumbuhan rumah makan, resto, dan cafe sesudah pandemi. Nasi Bancakan yang sudah beroperasi lebih dari 16 tahun lebih dengan kondisi pengunjung yang sempat turun >90% dikala pandemi masih bisa tetap bertahan juga seiring dengan keadaan yang membaik Nasi Bancakan mengeluarkan menu *seafood*. Dengan kondisi tersebut apa yang menjadi strategi Nasi Bancakan untuk bertahan dan mempertahankan keunikan bisnisnya dengan Metode SOAR. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan wawancara yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Hasilnya Nasi Bancakan memanfaatkan strategi dengan mempertahankan keunikan dari Nasi Bancakan itu sendiri dengan punya makanan khas Sunda Buhun dengan keunggulan dalam segi rasa yang otentik dengan cenderung manis dan suasana yang menggambarkan pedesaan sunda juga setiap pelanggan yang datang harus makan dengan menggunakan piring dan sendok berbahan seng dan gelas yang berbahan seng. Selain itu juga mereka mengikuti zaman dengan menggunakan *digital marketing* kemudian peluang (*opportunities*) yang mereka miliki seperti menyempurnakan cabang pertama mereka di Jl. Alkateri.

Kata kunci-Kewirausahaan, analisis SOAR, manajemen strategi.

### I. PENDAHULUAN

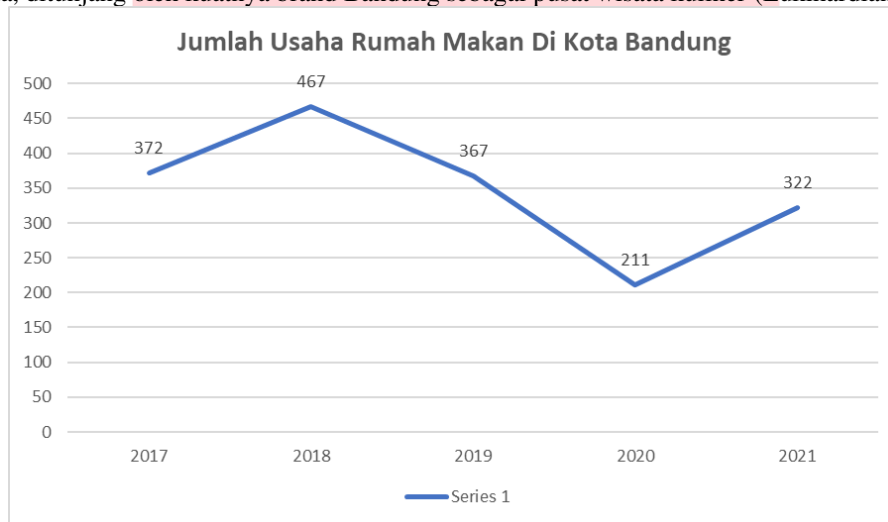
Rumah Makan Nasi Bancakan sudah berdiri dari tahun 2007 artinya sudah 16 lebih beroperasi, awalnya Nasi Bancakan ini berlokasi di Jalan Trunojoyo No.62 Bandung, namun sekarang sudah pindah yang berlokasi tidak berjauhan dari lokasi lamanya yaitu Jalan Diponegoro No.25, Bandung. Tak hanya satu kini Nasi Bancakan Bandung sudah memiliki cabang atau mereka sebut “Rumah Kedua yang berlokasi di Jalan Alkateri No.42B, Bandung.

Kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang dapat memicu peningkatan perekonomian Indonesia karena memiliki beberapa alasan, seperti dapat meningkatkan produktifitas masyarakat, menggairahkan roda perputaran perekonomian nasional, mengembangkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat. Rasio wirausahawan di Indonesia masih berkisar 3,1% dari jumlah penduduk Indonesia, walaupun itu sudah melampaui standar nasional (Kemenperin, 2018). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Dalam siaran pers

HM.4.6/493/SET.M.EKON.3/09/2022 mengatakan bahwa meski dilanda Pandemi sektor industri makanan dan minuman masih terus berlanjut dari sisi investasi, sampai dengan triwulan I tahun 2022, realisasi investasi untuk sektor industri makanan dan minuman tercatat mencapai Rp19,17 triliun yang terdiri dari PMDN sebesar Rp9,34 triliun dan PMA sebesar USD684,98 juta.

Jawa Barat khususnya Kota Bandung sangatlah terkenal dengan kuliner, yang unik dan enak, bahkan perkembangan akan kuliner di Kota Bandung sangatlah pesat mulai dari makanan pokok, camilan, dan minuman (Yulianto et al., 2020). satu citra kuliner Bandung ialah dari beragama olahan makana yang disajikan oleh rumah makan-rumah makan sunda yang menghadirkan hidangan domestik atau makan rumahan. Kemudian, seiring dengan pertambahan mobilitas masyarakat mulai beralih kepada rumah-rumah makan, salah satunya rumah makan Sunda yang dianggap mengobati kerinduan pada hidangan tradisional dengan suasana yang otentik pedesaan Sunda (Setyawan et al, 2022). Seperti yang diketahui Bandung merupakan Suku Sunda salah satu budaya Sunda ialah makan bersamaan seperti “Botram” dan “Bancakan”. Perbedaanya berada pada yang bertanggung jawab dalam penyediaan konsumsin. “Botram” setiap individu diwajibkan membawa makanan masing-masing kemudian dimakan secara bersamaan, sedangkan “Bancakan” makanan disediakan oleh yang punya hajat (Rahmi, 2014).

Menurut Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) Jawa Barat (Jabar), Iwan Gunawan, pertumbuhan permintaan produk kuliner Bandung rata-rata melampaui 10 persen per tahun. Tingginya pertumbuhan permintaan tersebut, kata dia, ditunjang oleh kuatnya brand Bandung sebagai pusat wisata kuliner (Lukihardianti & Aini, 2018).



Gambar 1 Jumlah Usaha Rumah Makan  
 Sumber: opendata.jabarprov.go.id (2022)

Dalam 5 tahun terakhir yang Gambar 1 tampilkan mengenai jumlah usaha rumah makan di Kota Bandung tidak stabil salah satunya karena adanya Pandemi di Tahun 2019 hingga 2020. Tetapi, ditahun selanjutnya mengalami kenaikan yang lumayan menjadi 322 usaha hal ini terjadi karena terjadinya transisi antara Pandemi dan Endemi.

Tahun	Jumlah
2018	379.429
2019	383.521
2020	380
2021	972
2022	225.675

Gambar 2 Jumlah Pengunjung Nasi Bancakan

Sumber: Manajemen Bancakan (2023)

Seperti yang dapat dilihat pada tahun 2019 mengalami kenaikan sekitar 10,7% tetapi di tahun 2020 pengunjung mengalami penurunan sangat drastis mencapai >99% hal ini diakibatkan adanya Pandemi Covid-19 dan munculnya kebijakan PPKM di Indonesia sehingga resto pun sempat tutup dan 80% karyawan dirumahkan. Dengan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas maka menimbulkan pertanyaan strategi apa yang dilakukan oleh tim Nasi Bancakan Bandung yang masih mempertahankan bisnis dan keunikannya hingga sekarang dengan menggunakan metode SOAR.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Wirausahawan

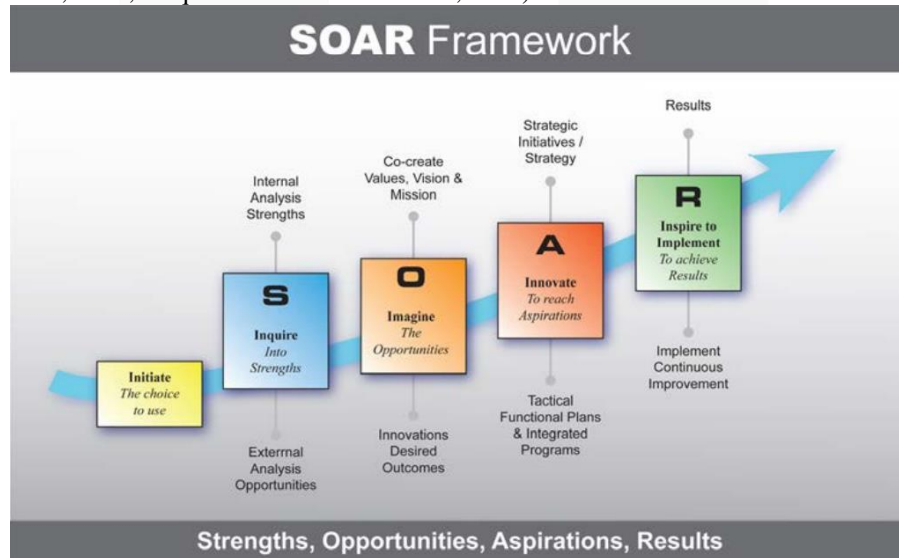
Wirausahawan atau entrepreneur merupakan orang yang menciptakan bisnis baru dengan menghadapi risiko dan ketidakpastian untuk tujuan mencapai laba dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang yang signifikan dan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. (Zimmerer et al, 2002) dalam (Eshag dan Ibrahim, 2018)

B. Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan seni dari memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi berbagai fungsi pilihan yang dapat di fungsikan pada organisasi untuk mencapaian tujuannya. Istilah manajemen strategis dalam teks ini digunakan secara sinonim dengan istilah perencanaan strategis (David & David, 2017)

C. Analisis SOAR

SOAR merupakan akronim dari *strengths* (kekuatan), *opportunities* (peluang), *aspirations* (aspirasi), and *results* (hasil). Kerangka SOAR ini memberikan pendekatan yang baru dan inovatif untuk percakapan strategi tradisional dan cara perencanaan strategis yang mendorong strategi positif. SOAR ini merupakan kerangka berbasis kekuatan dengan pendekatan partisipatif untuk analisis strategis, pengembangan strategi, dan perubahan organisasi (J. Stavros, 2021; J. M. Stavros & Hinrichs, 2009; Jacqueline M Stavros & Cole, 2013).



Gambar 3 Framework SOAR  
 Sumber: Stavros dan Cole (2013)

D. Strength (S)

Merupakan segala hal yang menjadi kekuatandan kemampuan terbesar yang dimiliki, berupa aset baik aset yang berwujud maupun aset yang tidak berwujud yang mampu mendukung keberlangsungan usaha.

#### E. *Opportunities (O)*

Peluang adalah bagian dari lingkungan eksternal yang perlu dianalisis, sehingga mudah untuk memahami apa yang perlu dilakukan untuk menggunakannya

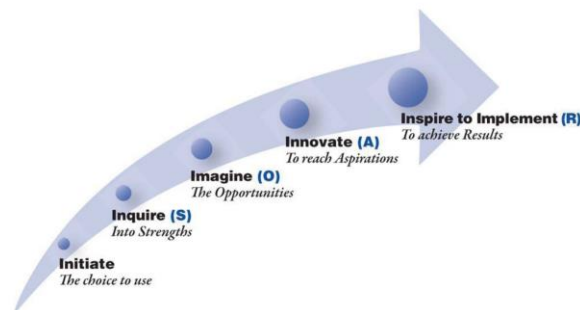
#### F. *Aspiration (A)*

Seluruh *stakeholder* pada organisasi saling bertukar pendapat untuk menciptakan visi dan misi yang ingin dicapai guna membentuk kepercayaan diri terhadap produk, pasar dan hal apapun yang dikerjakan demi mencapai visi yang diharapkan sehingga muncullah perasaan positif dan semangat dalam meningkatkan kinerja serta pelayanan.

#### G. *Result (R)*

Hasil berarti menentukan ukuran dari tujuan yang ingin dicapai (*measurable results*) dalam perencanaan strategis, guna mengetahui sejauh mana pencapaian dari tujuan yang telah disepakati bersama.

Selain itu terdapat juga elemen 5-I yang melibatkan siklus pemikiran dan pembahasan SOAR seperti pada berikut ini



Gambar 4 Element 5I  
*Sumber: Stavros dan Cole (2013)*

#### H. *Initiate*

Pemimpin organisasi mengadakan perbincangan dan perumusan strategi tentang bagaimana penerapan SOAR dan menghubungkan dengan metode, proses, dan aplikasi perencanaan strategis yang ada.

#### I. *Inquire*

Penyelidikan strategis terhadap nilai-nilai organisasi, misi, kekuatan internal, lingkungan eksternal untuk menciptakan peluang, dan percakapan aspirasi dan hasil. Baik keadaan organisasi saat ini yang "sebagaimana adanya" dan kemungkinan "yang mungkin" di masa mendatang dari organisasi yang dieksplorasi

#### J. *Imagine*

Terjadi dialog kreatif yang mempertimbangkan pengaruh kekuatan, peluang, dan aspirasi untuk menciptakan visi bersama organisasi.

#### K. *Innovate*

Strategi dirancang untuk menciptakan "bagaimana dan apa" dari jalur terbaik ke depan. Inisiatif strategis diidentifikasi dan diprioritaskan untuk melakukan perubahan pada proses, sistem, struktur, dan budaya yang ada seperti yang dibahas dalam fase *Imagine*. Perubahan ini memanfaatkan kekuatan, peluang, dan aspirasi untuk mencapai hasil.

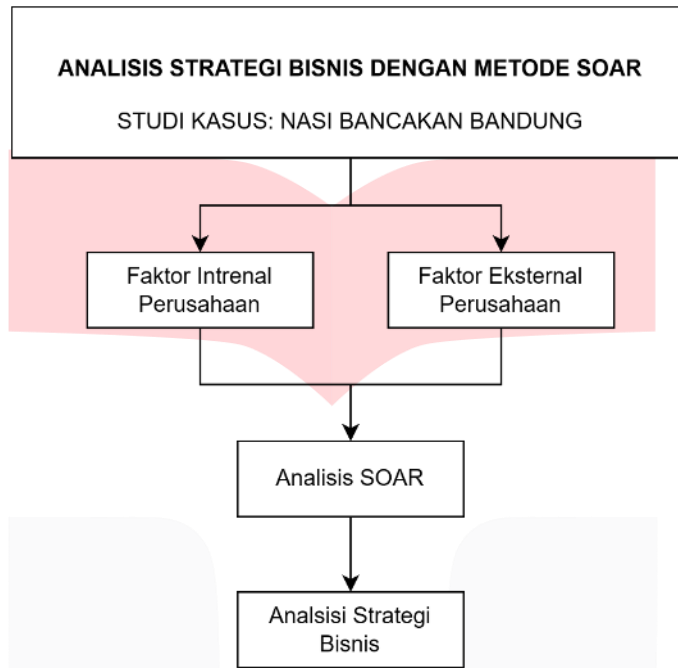
#### L. *Inspire*

Energi, komitmen, dan rencana taktis muncul untuk menerapkan strategi yang mencapai hasil yang diinginkan. Hasil digunakan sebagai ukuran umpan balik untuk iterasi dan koreksi kursus

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan oleh Nasi Bancakan Bandung ini menggunakan Metode SOAR dengan metode kualitatif dengan melakukan wawancara yang narasumber yang dipilih berdasarkan *purposive sampling* dengan teknik triangulasi secara waktu secara *Cross-sectional*.

A. Kerangka pemikiran



Gambar 1. 5 Kerangka Pemikiran  
Sumber: diolah peneliti (2023)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui hasil wawancara dengan empat narasumber yang peneliti pilih kemudian dilakukan coding pada hasil wawancara tersebut, terbuat hasil analisis SOAR dari wawancara sebagai berikut ini

Tabel 1 Analisis SOAR

No	Variabel	Hasil
1	Strength	Rasa
		Suasana
		Sumber daya manusia yang kompeten pada bidangnya
		Menu khas Sunda Buhun
		Merk
2	Opportunities	Penyempurnaan Cabang satelit
		Penyempurnaan untuk menu varian <i>seafood</i>
		Penyempurnaan dan perbaikan catering
		Cabang baru
3	Aspiration	Mengikuti zaman tanpa kehilangan ciri khas.
		Berinovasi
		Diterima dimasyarakat
		Eksistensi terjaga

4	Result	Tidak ada keluhan dari konsumen
		Memiliki cabang
		Mendapat apresiasi

Sumber: diolah peneliti (2023)

Setelah dilakukan coding dan terbentuk Strength, Opportunities, Aspiration, dan Result dilakukan formulasi strategi dengan cara menggunakan Matrix SOAR.

Tabel 2 Matrix SOAR

	<b>Strength</b>	<b>Opportunities</b>
	1. Rasa 2. Suasana 3. Sumber daya manusia 4. Menu khas Sunda Buhun 5. Merk	1. Penyempurnaan Cabang satelit 2. Penyempurnaan menu seafood 3. Penyempurnaan dan perbaikan catering 4. Cabang baru
<b>Aspiration</b>	<b>SA</b>	<b>OA</b>
1. Mengikuti zaman tanpa kehilangan ciri khas 2. Berinovasi 3. Diterima dimasyarakat 4. Eksistensi terjaga	1. Mempertahankan keunikan dari Nasi Bancakan itu sendiri 2. Pengembangan <i>digital marketing</i> 3. Riset menu baru dengan tema Sunda Buhun 4. Membuka lini bisnis dengan menggunakan nama Nasi Bancakan	1. Memiliki seafood dengan ciri khas dan pembeda dengan yang lain 2. Membuat divisi atau tim khusus yang menangani catering ini. 3. Berinovasi pada cabang baru
<b>Result</b>	<b>SR</b>	<b>OR</b>
1. Tidak ada keluhan dari konsumen 2. Memiliki cabang 3. Mendapat apresiasi	1. Pengontrolan SOP yang berlaku secara berkala 2. Melakukan pengawasan secara berkala terhadap seluruh aktivitas bisnis dan cabang	1. Membuka tempat khusus yang melayani catering 2. Pengawasan khusus untuk cabang di Alkateri.

Sumber: diolah peneliti (2023)

A. Strategi *strength-aspiration* (SA)

1. Mempertahankan keunikan dari Nasi Bancakan itu sendiri
2. Pengembangan *digital marketing*
3. Riset menu baru dengan tema Sunda Buhun
4. Membuka lini bisnis dengan menggunakan nama Nasi Bancakan

B. Strategi *Opportunities-Aspiration* (OA)

1. Memiliki seafood dengan ciri khas dan pembeda dengan yang lain
2. Membuat divisi atau tim khusus yang menangani catering ini.
3. Berinovasi pada cabang baru.

C. Strategi *Strength-Result* (SR)

1. Pengontrolan SOP yang berlaku secara berkala
2. Melakukan pengawasan secara berkala terhadap seluruh aktivitas bisnis dan cabang

D. Strategi *Opportunities-Result* (OR)

1. Membuka tempat khusus yang melayani catering
2. Pengawasan khusus untuk cabang di Alkateri.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil yang didapatkan oleh peneliti yang peneliti telah lakukan berdasarkan hasil wawancara, observasi, juga dokumentasi ke lapangan maka, dapat diketahui strategi Nasi Bancakan dalam mempertahankan bisnis dan keunikan berdasarkan hasil analisis SOAR. Nasi Bancakan bertahanya hingga saat ini dengan cara mereka mengelola *Strength* atau kekuatan mereka dengan Nasi Bancakan mereka punya makanan khas Sunda Buhun dengan keunggulan dalam segi rasa yang otentik dengan cenderung manis dan suasana yang menggambarkan pedesaan sunda juga setiap pelanggan yang datang harus makan dengan menggunakan piring dan sendok berbahan seng dan gelas yang berbahan seng juga. Selain itu juga mereka mengikuti zaman dengan menggunakan *digital marketing* yang mana salah satunya aktif menggunakan media social mereka pada *platform* Instagram dengan berbagai unggahan yang menarik. Kemudian dengan mengandalkan peluang-peluang yang mereka menyempurnakan cabang pertama mereka di Jl Alkateri, Nasi Bancakan juga memiliki menu baru *seafood* atau mereka sebut menu pesisir.

### B. Saran

Berdasarkan analisis SOAR dan Matrix SOAR yang sudah peneliti lakukan terdapat beberapa saran-saran bagi objek penelitian yang mana Nasi Bancakan. Nasi Bancakan dalam usahanya mempertahankan keunikan dan bisnisnya. Terdapat beberapa saran yang peneliti simpulkan berdasarkan analisis SOAR yang sudah dilakukan. Nasi Bancakan bisa terus mengontrol setiap SOP yang berlaku secara berkala, kemudian melakukan pengawasan khusus pada cabang Alkateri, pada menu baru Nasi Bancakan mereka bisa memiliki seafood dengan ciri khas dan pembeda dengan yang lain

Bagi para akademisi, diharapkan penelitian yang peneliti lakukan bisa dijadikan referensi yang bisa lebih dikembangkan kembali agar mencapai hasil yang maksimal.

Bagi Peneliti selanjutnya, untuk melakukan analisis bisnis dengan metode SOAR di Nasi Bancakan ini bisa menggunakan data yang paling baru dengan memperdalam kembali dengan memperbanyak data-data pendukung

## REFERENSI

- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach Concepts and cases*. Eshag, E. aldeen E., & Ibrahim, S. B. (2018). Motivation to become entrepreneurs: An exploratory study. *Journal of Economic and Management Sciences*, 19(1), 196–202.
- Kemenperin. (2018). *Kemenperin: Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju*. <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi-Negara-Maju>
- Lukihardianti, A., & Aini, N. (2018). *Bisnis Kuliner di Bandung Dinilai Sangat Menjanjikan*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/p8b6qe382/bisnis-kuliner-di-bandung-dinilai-sangat-menjanjikan>
- Rahmi, H. S. (2014). *Asal Usul "Bancakan" Dan "Botram."* <https://komunitasaleut.com/2014/07/07/asal-usul-bancakan-dan-botram/#:~:text=Perbedaannya terletak pada yang bertanggung,masing-masing kemudian dinikmati bersama.>
- Setyawan, A. T., Sholihah, A., Lilik, S., & Rohmah, N. (2022). *Kuliner Sunda di tengah laju modernitas: perkembangan rumah makan Sunda di Bandung tahun 1960-an hingga 2000-an*. 2(April), 204–218.
- Stavros, J. (2021). *SOAR: linking strategy and od to sustainable performance*. July.
- Stavros, J. M., & Hinrichs, G. (2009). *Thin Book of SOAR: Building Strengths-based Strategy*. Thin Book Publisher.
- Stavros, Jacqueline M, & Cole, M. L. (2013). SOARing towards positive transformation and change. *The ABAC ODI Visions Action Outcome*, 1(1), 10–34.
- Yulianto, E., Dewati, W., Dienaputra, R. D., Saliya, Y., Wibawa, M. A., & Akbar, A. (2020). *Geliat Kota Bandung Dari Kota Tradisional Menuju Modern*.