

Strategi Kewirausahaan Dalam Mempertahankan Daya Saing dan Keaslian Kuliner Tradisional (Studi Kasus Warung Nasi Bu Imas)

Indri Ferdiani Suarna *¹

Dayu Duriyah ²

Pitria Sumiati ³

M. Farhan Prayantama ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Nusantara

*e-mail: Indriferdiani1707@gmail.com, dayuduriyah1306@gmail.com, fitriasumiati02@gmail.com,
farhancozy20@gmail.com

Abstrak

Kuliner tradisional Indonesia memiliki peran penting sebagai identitas budaya yang harus dilestarikan di tengah gempuran kuliner modern dan fast food. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kewirausahaan yang diterapkan oleh Warung Nasi Bu Imas dalam mempertahankan daya saing dan keaslian kuliner tradisional Sunda. Tren minat Masyarakat terhadap makanan tradisional semakin meningkat, terutama sebagai bentuk pelestarian budaya, namun persaingan ketat dengan restoran modern yang menawarkan harga terjangkau dan layanan berbasis teknologi menuntut inovasi dari pelaku usaha kuliner tradisional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Nasi Bu Imas telah mengadaptasi teknologi digital, seperti penggunaan aplikasi online untuk pemasaran dan layanan pesan antar, meskipun penerapan teknologi ini masih kurang optimal. Selain itu, upaya menjaga kualitas rasa dan konsistensi pelayanan menjadi fokus utama dalam menghadapi sensitivitas konsumen terhadap perubahan kualitas. Strategi lain yang diterapkan mencakup inovasi produk, penguatan citra sebagai destinasi wisata kuliner, dan diversifikasi layanan, seperti catering tradisional dan kolaborasi dengan platform digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan dalam mempertahankan daya saing terletak pada kombinasi inovasi teknologi dan pelestarian nilai tradisional. Temuan ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner tradisional untuk tetap relevan di Tengah perubahan perilaku konsumen dan perkembangan industri kuliner.

Kata kunci: Kuliner tradisional, strategi kewirausahaan, daya saing, teknologi digital, Warung Nasi Bu Imas.

Abstract

Traditional Indonesian culinary has an important role as a cultural identity that must be preserved amidst the onslaught of modern culinary and fast food. This research aims to analyze the entrepreneurial strategies implemented by Warung Nasi Bu Imas in maintaining the competitiveness and authenticity of traditional Sundanese culinary delights. The trend of public interest in traditional food is increasing, especially as a form of cultural preservation, but intense competition with modern restaurants that offer affordable prices and technology-based services demands innovation from traditional culinary businesses. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data was obtained through in-depth interviews, observation and document analysis. The research results show that Warung Nasi Bu Imas has adapted digital technology, such as using online applications for marketing and delivery services, although the application of this technology is still less than optimal. Apart from that, efforts to maintain taste quality and service consistency are the main focus in dealing with consumer sensitivity to changes in quality. Other strategies implemented include product innovation, strengthening its image as a culinary tourism destination, and diversifying services, such as traditional catering and collaboration with digital platforms. This research concludes that success in maintaining competitiveness lies in a combination of technological innovation and preserving traditional values. These findings provide insight for traditional culinary businesses to remain relevant amidst changes in consumer behavior and developments in the culinary industry.

Keywords: Traditional culinary, entrepreneurial strategy, competitiveness, digital technology, Warung Nasi Bu Imas.

PENDAHULUAN

Kuliner tradisional memainkan peran penting dalam melestarikan identitas budaya Indonesia. Di tengah maraknya kuliner modern dan fast food, terdapat peningkatan minat

konsumen terhadap makanan tradisional sebagai bentuk apresiasi dan upaya pelestarian budaya. (Kompasiana, 2025).

Namun, kuliner tradisional menghadapi persaingan ketat dengan restoran modern dan franchise yang menawarkan harga kompetitif, kemasan menarik, dan layanan berbasis teknologi. Restoran modern tidak hanya memberikan pelayanan cepat tetapi juga menyajikan nilai tambah berupa estetika kemasan dan aksebilitas layanan pesan antar (Runchise, 2023).

Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital menjadi tantangan besar bagi bisnis kuliner tradisional. Konsumen kini memanfaatkan aplikasi online untuk mencari informasi dan melakukan pemesanan makanan. Studi menunjukkan bahwa digitalisasi membawa dampak signifikan, mendorong pelaku usaha kuliner untuk beradaptasi dengan platform digital (Jurnal UPI-YAI, 2024).

Selain itu, konsumen sangat sensitif terhadap perubahan kualitas dan cita rasa makanan. Penurunan kualitas dapat berdampak negatif pada loyalitas pelanggan. Konsistensi cita rasa dan harga produk terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan minat beli ulang konsumen (Jurnal IJABO, 2022).

Strategi kewirausahaan melalui media digital menjadi salah satu kunci keberhasilan di era ini. Pemanfaatan platform digital memungkinkan pelaku usaha kuliner menjangkau pelanggan lebih efektif melalui strategi pemasaran yang terarah dan layanan yang dipersonalisasi (Unilever Food Solutions, 2023).

Bandung tidak hanya terkenal karena wisata alamnya tetapi juga kekayaan kulinernya yang menggugah selera. Bandung mempunyai beberapa tempat makan yang nikmat salah satunya Warung Nasi Bu Imas. Warung Nasi Bu Imas dikenal sebagai tempat makan masakan sunda legendaris yang populer tidak hanya di antara warga lokal tetapi juga wisatawan. Tempat ini identik dengan hidangan makanan sunda yang kaya rasa dan khas (Liputan 6, 2024).

Di zaman modern seperti sekarang, industri kuliner di Indonesia sangat berkembang pesat. Banyak pembisnis yang membuka usaha di bidang kuliner khas Indonesia. Usaha di bidang kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek yang baik karena, makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan bagi setiap manusia sehingga bisnis ini tidaklah akan punah melaikan akan terus berkembang. Salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan wisata kuliner adalah Kota Bandung. Kota Bandung yang dikenal sebagai Kota Kembang merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak sekali kuliner khas daerah. Dengan populasi sebesar 2,57 juta jiwa Kota Bandung memiliki pasar potensial yang cukup bagus bagi pembisnis yang ingin membuka usaha di bidang kuliner. Dapat dilihat pada Gambar 1 merupakan data jumlah tempat makan di Kota Bandung.



Gambar 1. Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Café di Kota Bandung (Sumber: Instagram Diskominfo Kota Bandung) 2024

Pada Gambar 1. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat menunjukkan fluktuasi jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe di Kota Bandung dari tahun 2017 hingga 2023. Pada tahun 2018, jumlah usaha mencapai puncak dengan 1.052 unit, tetapi terus menurun hingga 644 unit pada 2021. Penurunan ini terutama disebabkan oleh pandemi COVID-19, yang berdampak signifikan pada sektor kuliner di akibat pembatasan aktivitas dan penurunan daya

beli masyarakat. Namun, mulai 2022, jumlah usaha kembali meningkat, seiring pemulihan ekonomi pasca-pandemi. Pada 2022, usaha bertambah menjadi 824 unit, dan melonjak lebih tinggi menjadi 1.020 unit pada 2023, melampaui angka sebelum pandemi. Ini mencerminkan kebangkitan sektor kuliner di Kota Bandung, didukung oleh pelonggaran pembatasan dan semangat masyarakat untuk memulai atau melanjutkan usaha di bidang ini. Fluktuasi ini menggambarkan tantangan sekaligus potensi besar sektor kuliner di Kota Bandung. Salah satu yang memanfaatkan peluang tersebut adalah Warung Nasi Bu Imas. Warung Nasi Bu Imas adalah restoran khas sunda yang berdiri sejak tahun 1980, yang berlokasi di Jl. Balong gede Bandung dan ini menjadi hal unik jika warung nasi lain memilih membuka cabang di beda lokasi, Warung Nasi Bu Imas memilih membuka 4 cabangnya di lokasi jalan yang sama yaitu ber alamat di jalan Balong gede no 69, 38, 48, 93. Warung Nasi Bu Imas ini menyajikan aneka ragam menu Khas Sunda dengan konsep pemilihan makanan secara prasmanan atau dengan cara memilih dan mengambil makanan sendiri. Sama halnya dengan restoran sunda lainnya di zaman modern ini, Warung Nasi Bu Imas menjual produknya dengan cara offline dan juga online.

Warung Nasi Bu Imas merupakan salah satu warung makan legend dan tentunya tradisional yang dapat menjadi contoh yang mampu mempertahankan keunikan dan daya tariknya, sebab sebagai sebuah warisan kuliner di era modernisasi saat ini. Walaupun Warung Nasi Bu Imas merupakan warung legend, mereka tetap terbuka dengan kehadiran inovasi dalam memanfaatkan teknologi untuk mempermudah proses pelanggan dalam memesan, mereka mempunyai gerai khusus untuk dapat memesan hidangan yang ada secara online. Salah satu cara dan usaha untuk mempertahankan hidangan yang warung nasi bu imas sediakan tentunya dari bahan dasar yang baik. Warung Nasi Bu Imas mendukung petani dan produsen lokal dalam menjaga keberlanjutan ekonomi lokal dengan mempunyai produsen sendiri. Sehingga, setiap hidangan yang dinikmati oleh pelanggan juga menjadi bagian dari kontribusi mereka dalam mendukung keberlangsungan usaha kecil dan menengah sekitar. (Rana Sausan.Kompasiana2023).

Disamping itu, penulis juga akan membahas bagaimana analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Warung Nasi Bu Imas serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, sehingga dapat dikembangkan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kewirausahaan yang diterapkan oleh Warung Nasi Bu Imas dalam mempertahankan daya saing dan keaslian kuliner tradisional Sunda. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha kuliner tradisional lainnya dalam menghadapi tantangan di era digital.

RUMUSAN MASALAH

Dalam industri kuliner yang terus berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap makanan tradisional dengan cita rasa otentik semakin diminati. Warung Nasi Bu Imas sebagai salah satu usaha kuliner tradisional menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan eksistensinya dan bersaing di pasar modern. Oleh karena itu penelitian ini berfokus pada hal-hal berikut:

1. Bagaimana strategi kewirausahaan yang dapat dilakukan Warung Nasi Bu Imas untuk mempertahankan daya saing di tengah gempuran kuliner modern dan fast food?
2. Bagaimana Warung Nasi Bu Imas dapat bersaing dengan restoran modern dan franchise yang menawarkan harga, kemasan menarik, serta layanan berbasis teknologi?
3. Bagaimana adaptasi Warung Nasi Bu Imas terhadap teknologi digital dapat meningkatkan daya saing dan loyalitas konsumen?
4. Bagaimana upaya Warung Nasi Bu Imas dalam menjaga kualitas dan cita rasa makanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?
5. Apa saja strategi promosi yang dapat diterapkan Warung Nasi Bu Imas melalui media digital untuk meningkatkan eksistensi dan menarik minat konsumen?
6. Bagaimana Warung Nasi Bu Imas memosisikan dirinya sebagai destinasi wisata kuliner lokal dengan cita rasa otentik untuk menarik lebih banyak pengunjung?

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjawab tantangan dan peluang yang dihadapi Warung Nasi Bu Imas dalam mempertahankan keaslian kuliner tradisional sekaligus bersaing di era modern.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu (Scribd, 2020).

Inovasi produk sangat diperlukan untuk menghadapi selera konsumen yang dinamis. Menurut penelitian Maylista et al. (2022), pengembangan rasa baru dan kemasan ramah lingkungan menjadi salah satu inovasi kunci untuk meningkatkan daya saing produk kuliner tradisional (Jurnal MPKK, 2022).

Efisiensi dalam pengelolaan makanan, seperti penerapan teknologi modern, dapat membantu UMKM kuliner tradisional. Studi Paulus (2023) menyebutkan bahwa inovasi proses, seperti pemanfaatan alat digitalisasi produksi, mampu mengurangi biaya operasional tanpa mengurangi kualitas (Academia, 2023).

Penggunaan media sosial dan platform online menjadi strategi utama dalam pemasaran kuliner tradisional. Unilever Food Solutions (2023) melaporkan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas bisnis hingga 75% dibandingkan metode konvensional (Unilever Food Solutions, 2023).

Karakteristik kewirausahaan dikutip dari buku Kewirausahaan dan Bisnis (2022) karya Miko Andi Wardana dkk, pada hakikatnya, karakteristik kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak yang muncul untuk mewujudkan gagasan kedalam dunia nyata. Maksud dari karakteristik kewirausahaan ialah perilaku, sikap, ciri khas, atau tindakan seseorang untuk membuat serta mewujudkan sebuah unit usaha (Kompas.com, 2022).

Wirasahawan yang kreatif mampu menciptakan diferensiasi produk. Indayani (2024) menekankan pentingnya kreativitas dalam menciptakan menu khas yang dapat menarik wisatawan lokal dan internasional (Jurnal FBHIS, 2024).

Kemampuan membaca tren pasar menjadi kunci sukses bisnis. Konsumen modern, seperti yang disebut dalam Jurnal UPI-YAI (2024), lebih memilih makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga estetis untuk media sosial (UPI-YAI, 2024).

Teori Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) membantu manajemen usaha kecil dalam mencapai efisiensi. Menurut Handoyo (2023), tahap perencanaan dalam POAC adalah langkah penting untuk menyusun strategi penjualan di era digital (Academia, 2023).

Keunggulan kompetitif pada kuliner tradisional dapat dicapai melalui difeensiasi produk. Indayani (2024) menyatakan bahwa pengemasan ulang konsep tradisional dengan sentuhan modern meningkatkan nilai jual produk kuliner (Jurnal FBHIS, 2024).

Daya saing meningkat ketika pelaku usaha memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar global. Maylista et al (2022) menyebutkan bahwa UKM kuliner yang memanfaatkan e-commerce mencatatkan peningkatan penjualan hingga 40% (Jurnal MPPK, 2022).

Strategi pemasaran berbasis teknologi telah menjadi kebutuhan mendesak bagi industri kuliner tradisional. Unilever Food Solutions (2023) melaporkan bahwa iklan di platform seperti Instagram dan TikTok memberikan dampak signifikan terhadap penjualan (Unilever Food Solutions, 2023).

METODE

1. Pendekatan Penelitian Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018:213) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi orang secara individu atau kelompok. Peneliti kualitatif, mereka yang terlibat dalam bentuk penyelidikan ini memiliki asumsi tentang pengujian teori secara deduktif, membangun perlindungan terhadap bias, mengendalikan alternatif atau penjelasan kontrafaktual, dan mampu menggeneralisasi dan mereplikasi temuan (Repositoryfisif.unla.co.id, 2018).

Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi langsung terhadap konteks sosial dan budaya yang memengaruhi warung ini. Pendekatan ini juga memberikan keleluasaan dalam

menggali informasi yang mendalam dari karyawan Warung Nasi Bu Imas mengenai pengalaman, strategi, dan pandangan mereka dalam menjaga kualitas layanan dan makanan yang autentik.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah salah satu karyawan Warung Nasi Bu Imas. Karyawan dipilih sebagai sumber data utama karena mereka memiliki pengetahuan langsung tentang operasional warung, strategi kewirausahaan yang diterapkan, serta interaksi dengan pelanggan. Subjek ini dianggap representatif untuk menggambarkan pengalaman dan tantangan yang dihadapi dalam menjaga keaslian kuliner tradisional.

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mendalam tentang:

- Strategi operasional dan inovasi dalam menjaga daya saing.
- Proses adaptasi terhadap teknologi digital untuk pemasaran dan layanan pesan antar.
- Pengalaman mereka dalam melayani pelanggan dengan beragam kebutuhan dan preferensi.

Dengan demikian, informasi dari karyawan ini memberikan perspektif internal yang kaya untuk mendukung analisis strategi kewirausahaan Warung Nasi Bu Imas.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama:

A. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan karyawan Warung Nasi Bu Imas. Teknik ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi jawaban lebih lanjut sesuai dengan topik yang relevan. Wawancara ini dirancang untuk mendapatkan pemahaman tentang strategi kewirausahaan, upaya menjaga keaslian kuliner, dan tantangan operasional yang dihadapi.

B. Observasi

Observasi dilakukan langsung di lokasi untuk memahami:

- Aktivitas harian di warung, termasuk pola kerja karyawan.
- Cara pelanggan berinteraksi dengan layanan yang diberikan.
- Lingkungan fisik dan dinamika operasional.

C. Analisis data digital

Peneliti juga menganalisis data ulasan pelanggan yang tersedia di platform digital seperti Google Reviews, Instagram, dan TikTok. Data ini digunakan untuk:

- Mengidentifikasi persepsi pelanggan terhadap makanan, pelayanan, dan keunikan warung.
- Menganalisis pola ulasan untuk mengetahui aspek yang dihargai dan perlu diperbaiki.

Teknik ini memungkinkan kombinasi data lapangan dan digital untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Warung Nasi Bu Imas

Ibu Roswati dan Bapak Atang Sujana adalah pendiri Warung Nasi Bu Imas, pada awalnya mereka berjualan di gerobak selama 5 tahun, mereka bekerja selama 5 tahun dengan salah satu distributor makanan yang sejenis pada saat itu. Di karenakan semakin meningkatnya kebutuhan ekonomi, pada tahun 1980 pasangan suami istri ini membuka tempat usaha sendiri yang bertempat di terminal kelapa yang bernama "RAHAYU" baru setelah dua bulan kemudian namanya di ganti menjadi "IBU IMAS" nama ibu imas itu di ambil dari anak ke 2 dari pasangan Bapak Atang Sujana dan Ibu Roswati, karena kebiasaan orang sunda/jawa barat yang mengambil nama perusahaan atau usaha dari nama keluarga besarnya yang diyakini akan membawa keberuntungan tersendiri dari nama tersebut jika di ambil namanya untuk membuka usaha.

Mereka dulunya berjualan di terminal kelapa yang sekarang berubah yang menjadi pusat belanja pakaian ITC (pada saat itu masih terminal). Setelah 4 tahun berjualan, di karenakan akan di relokasi dan di bangunnya pusat perbelanjaan ITC pada tahun 2001, mereka pindah ke jalan pungkur dengan menyewa tempat yang pada saat itu masih kecil.

Disitu mereka mulai berfikir dikarenakan konsumen pada saat itu masih sedikit, mereka mencoba untuk membuat sesuatu yang berbeda dari yang lain untuk membuat konsumen tertarik dengan sajian makanannya, yaitu dengan sajian ayam bakar, ikan bakar, sambal dadakan, dan karedok leunca yang mempunyai cita rasa berbeda. Setelah merasa sukses dengan gebrakannya dan memiliki banyak konsumen, baru pada tahun 2004 warung nasi ini melebarkan sayap di jalan Balong Gede dengan pendapatan yang sangat meningkat, bahkan sehari bisa sampai 500 pengunjung.

Di Balong Gede ini pun mereka masih mengontrak, namun pernah ada suntikan dana dari Bank BRI yang mungkin tidak terlalu besar tetapi cukup untuk mengembangkan usaha. Omset yang pada awal tahun 1980 1 bulan 500.000, dan sekarang omsetnya mencapai angka 400.000.000 volume penjualan ayam bakar pada hari-hari biasa mencapai 200-300 ekor, karena target atau pangsa pasar yang ibu imas bidik adalah kalangan menengah ke bawah.

Sebenarnya yang menjadi ciri khas dari Warung Nasi Bu Imas adalah sambal dadakan dan karedok yang menjadi daya tarik konsumen sehingga konsumen itu merasa penasaran dan ingin mencoba, sambal dadakan itu ada 2 macam yaitu yang pedas tapi tidak terlalu pedas, dan yang satunya lagi yang ekstra pedas khusus dikeluarkan pada hari-hari libur dan itu dipakai untuk daya ikat konsumen dari luar kota.

Kondisi diatas tentu menjadi positioning yang sangat penting bagi pengusaha kuliner di Kota Bandung, baik mereka yang bergerak dalam skala usaha besar maupun *home industry*. Ditambah lagi keberadaan tempat kuliner di Kota Bandung tidak terkonsentrasi di suatu titik. Tapi hampir menyebar secara merata di pusat-pusat keramaian, seperti di objek wisata, pusat perbelanjaan maupun Lokasi-lokasi lain dimana hal ini mengisyaratkan bahwa kuliner di Bandung di beri ruang untuk menjajakan hasil makanan olahan mereka. (Nuekeu Novia Andriani, S. S., 2018)

ANALISA SWOT UNTUK WARUNG NASI BU IMAS

	Strengths (S)	Weakness (W)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang dikenal luas di Bandung dan sekitarnya. 2. Cita rasa masakan tradisional khas Sunda yang konsisten. 3. Harga menu yang terjangkau dan sesuai dengan target pasar. 4. Memiliki cita rasa sambal yang khas, yang menjadi daya tarik utama pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang makan yang terbatas saat jam sibuk sehingga memengaruhi kenyamanan pelanggan. 2. Waktu penyajian yang cukup lama, terutama pada saat jam sibuk. 3. Pemasaran digital yang belum optimal, seperti konten di media sosial yang kurang menarik. 4. Terbatasnya inovasi pada variasi menu yang lebih modern untuk menarik pasar yang lebih muda. 5. Kurangnya fasilitas pendukung seperti area parkir atau tempat makan yang lebih nyaman.
Faktor Eksternal		
Opportunities (O)	Treats (T)	Strategi S-O

<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan tren kuliner tradisional di pasar lokal dan internasional. 2. Kemajuan teknologi digital seperti layanan <i>Delivery</i> melalui platform e-marketplace seperti GrabFood dan GoFood 3. Potensi Kerjasama dengan agen pariwisata untuk menarik wisatawan ke Lokasi. 4. Popularitas media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan branding. 5. Pengembangan SDM karyawan melalui pelatihan dan motivasi untuk meningkatkan layanan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan ketat dengan restoran tradisional lain yang menawarkan konsep modern. 2. Kenaikan harga bahan baku karena fluktuasi pasar. 3. Perubahan pola makan pelanggan yang lebih memilih makanan sehat dan rendah kalori. 4. Ketergantungan pada ulasan online yang dapat memengaruhi reputasi secara signifikan. 5. Munculnya restoran cepat saji yang menyediakan layanan lebih cepat dan fasilitas yang lebih baik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan media sosial dan platform e-marketplace untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan baru. 2. Mengembangkan program pemasaran khusus, seperti diskon atau paket menu untuk wisatawan dan pelanggan loyal. 3. Menonjolkan keunikan cita rasa dan budaya sunda sebagai nilai jual utama di berbagai platform digital.
<p>Strategi W-O</p>	<p>Strategi S-T</p>	<p>Strategi W-T</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan Kerjasama dengan platform <i>delivery</i> makanan untuk memperluas jangkauan pelanggan. 2. Mengoptimalkan pemasaran digital melalui konten media sosial yang menarik dan terstruktur. 3. Menambahkan menu baru yang tetap mempertahankan ciri khas tradisional untuk menarik pasar yang lebih muda. 4. Melakukan pelatihan SDM untuk meningkatkan kecepatan pelayanan dan penyajian makanan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga efisiensi operasional untuk mengurangi dampak kenaikan harga bahan baku. 2. Meningkatkan kualitas ulasan online dengan memberikan pelayanan yang melebihi ekspektasi pelanggan. 3. Menonjolkan nilai ekonomis dan cita rasa otentik dibandingkan restoran pesaing untuk menarik pelanggan tetap. 4. Menawarkan menu inovatif seperti paket hemat atau menu spesial harian untuk bersaing dengan kompetitor. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan kemitraan dengan pemasok lokal untuk mengurangi biaya bahan baku. 2. Mengintegrasikan program <i>feedback</i> pelanggan untuk mengatasi ulasan negatif dan memperbaiki pelayanan. 3. Menawarkan insentif seperti kupon atau makanan gratis bagi pelanggan yang memberikan ulasan positif di platform digital. 4. Memberikan insentif kepada karyawan untuk meningkatkan efisiensi penyajian makanan dan menjaga kepuasan pelanggan.

--	--	--

Warung Nasi Bu Imas memiliki beberapa kekuatan yang membedakannya di pasar, seperti merek yang sudah dikenal luas di Bandung dan sekitarnya, cita rasa makanan tradisional Sunda yang konsisten, serta sambal khas yang menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Namun, kelemahan seperti ruang makan yang terbatas waktu penyajian yang lama, dan pemasaran digital yang kurang optimal perlu diperbaiki. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah tren kuliner tradisional yang sedang naik daun, penggunaan platform delivery, serta Kerja sama dengan agen pariwisata. Di sisi lain, persaingan ketat, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan preferensi pelanggan menjadi ancaman. Strategi yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan media sosial dan platform delivery, memperbaharui menu untuk menarik pasar muda, serta meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan agar bisa bersaing dan mempertahankan pelanggan. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Warung Nasi Bu Imas memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dan peluang pasar, serta mengatasi kelemahan dan ancaman secara strategis, warung ini dapat meningkatkan daya saingnya di pasar kuliner modern sekaligus melestarikan nilai-nilai budaya tradisional.

TEMUAN

Berikut adalah temuan yang dapat disusun berdasarkan judul strategi pengelolaan usaha kuliner tradisional Warung Nasi Bu Imas. Temuan ini mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan manajemen bisnis, inovasi, dan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan daya saing Warung Nasi Bu Imas di tengah pasar kuliner.

1. Evaluasi Harian

Warung Nasi Bu Imas perlu melakukan evaluasi harian untuk memantau profit, kendala teknis, dan non-teknis. Evaluasi ini meliputi analisis jumlah pelanggan, penjualan harian, serta feedback dari pelanggan mengenai rasa, pelayanan, dan kebersihan. Dengan data ini, manajemen dapat mengidentifikasi aspek yang memerlukan perbaikan.

2. Observasi Langsung

Pemilik atau manajemen Warung Nasi Bu Imas harus melakukan observasi langsung, baik terhadap pelanggan maupun staf. Melalui observasi ini, dapat diperoleh informasi tentang perilaku pelanggan, kebutuhan mereka, serta efektivitas staf dalam melayani. Observasi ini penting untuk memahami dinamika interaksi antara pelanggan dan staf.

3. Peningkatan Kualitas Produk

Kualitas makanan adalah kunci utama dalam bisnis kuliner. Warung Nasi Bu Imas dapat meningkatkan kualitas bahan baku dengan menjalin kerja sama dengan pemasok lokal yang terpercaya. Selain itu, menjaga konsistensi rasa juga menjadi perhatian utama agar pelanggan tetap loyal.

4. Inovasi Produk

Menghadapi persaingan di pasar modern, inovasi menjadi langkah penting. Warung dapat menambahkan menu baru yang tetap mempertahankan cita rasa tradisional tetapi lebih menarik bagi generasi muda. Contohnya adalah menu paket hemat atau menu berbasis kesehatan seperti nasi merah dan lauk rendah kalori. Minuman khas Sunda, seperti es cendol, juga dapat dikembangkan dengan varian rasa modern seperti matcha atau coklat untuk menarik perhatian generasi muda.

5. Pemanfaatan Digitalisasi

Di era digital, penggunaan teknologi seperti media sosial, aplikasi pemesanan online, dan pemasaran digital dapat membantu menjangkau pasar yang lebih luas. Warung Nasi Bu Imas

dapat memanfaatkan media sosial untuk promosi kreatif, seperti konten edukasi mengenai Sejarah kuliner Sunda atau cerita di balik sambal khas mereka. Selain itu, kolaborasi dengan food influencer lokal dapat meningkatkan daya tarik warung di kalangan generasi muda.

6. Peningkatan Layanan Pelanggan.

Layanan pelanggan yang baik akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Memberikan pelatihan kepada staf agar melayani dengan ramah dan profesional merupakan investasi penting. Selain itu, menyediakan fasilitas seperti Wi-Fi gratis atau tempat yang Instagramable dapat menarik pelanggan generasi muda.

7. Bonus dan Reward untuk Karyawan

Motivasi karyawan adalah aspek yang sering diabaikan tetapi sangat penting. Memberikan bonus, penghargaan, atau insentif bagi karyawan yang berprestasi dapat meningkatkan semangat kerja dan loyalitas karyawan.

8. Diversifikasi Pasar

Warung Nasi Bu Imas dapat mempertimbangkan untuk membuka cabang di lokasi lain atau bahkan memasarkan produk-produk khususnya, seperti sambal atau bumbu, dalam bentuk kemasan. Ini dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun luar kota.

9. Kemitraan Strategis

Menjalin kerja sama dengan pihak-pihak seperti agen wisata, aplikasi transportasi, atau hotel dapat mendatangkan pelanggan baru. Misalnya, membuat paket makan siang untuk wisatawan yang sedang berkunjung ke Bandung.

10. Pengelolaan Risiko

Setiap usaha memiliki risiko, baik dari segi finansial, operasional, maupun eksternal seperti pandemi. Oleh karena itu, Warung Nasi Bu Imas perlu memiliki rencana cadangan untuk menghadapi situasi darurat, seperti memperkuat layanan take-away atau delivery saat pandemi. Dengan menggunakan kombinasi Analisa tersebut, Warung Nasi Bu Imas dapat mengumpulkan data yang cukup untuk membantu memahami kebutuhan pelanggan secara efektif serta membantu menyusun strategi pemasaran, inovasi produk, dan layanan yang lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan serta tetap menjaga semangat karyawan dalam bekerja.

KESIMPULAN

Warung Nasi Bu Imas adalah salah satu contoh nyata kesuksesan kewirausahaan di bidang kuliner tradisional yang mampu bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat di industri makanan. Strategi kewirausahaan yang diterapkan sangat beragam dan mencakup berbagai aspek, seperti pengelolaan operasional yang efisien, inovasi dalam pelayanan, diversifikasi menu, serta pendekatan yang terfokus pada kepuasan pelanggan. Semuanya dilakukan dengan tetap menjaga identitasnya sebagai warung yang menawarkan makanan khas Sunda dengan cita rasa yang autentik.

Salah satu kekuatan utama dari Warung Nasi Bu Imas adalah kemampuan mereka dalam membangun daya saing melalui diferensiasi produk. Keunikan menu yang ditawarkan, seperti aneka hidangan khas Sunda, disajikan dengan rasa yang konsisten dan berkualitas tinggi. Keaslian ini dipertahankan melalui penggunaan bahan baku segar serta proses pengolahan tradisional yang menjaga cita rasa autentik. Namun, tidak hanya berhenti disitu, Bu Imas juga terus memperkaya diversifikasi menu untuk menarik berbagai segmen pelanggan. Selain menu utama seperti nasi timbel, ayam goreng, dan sambal khas, warung ini juga menambahkan hidangan-hidangan baru yang relevan dengan tren kuliner masa kini, seperti variasi minuman segar dan makanan pelengkap. Diversifikasi ini dilakukan tanpa menghilangkan identitas kuliner tradisionalnya, sehingga dapat menarik pelanggan dari berbagai kalangan.

Namun, keberhasilan ini tidak dapat dicapai tanpa tantangan. Warung Nasi Bu Imas dihadapkan pada berbagai kendala, seperti meningkatnya bahan baku, persaingan ketat dari restoran modern, serta perubahan preferensi konsumen yang semakin kompleks. Untuk mengatasi tantangan ini, warung ini tetap konsisten menjaga kualitas produk dan pelayanan. Selain itu, mereka juga berinovasi dalam penyajian dan pengembangan menu, sehingga pelanggan merasa terus mendapatkan pengalaman baru tanpa kehilangan rasa tradisional yang menjadi ciri khasnya.

Strategi adaptasi terhadap teknologi dan inovasi pemasaran juga menjadi salah satu kunci keberhasilan Warung Nasi Bu Imas. Dalam era digital, warung ini memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitasnya di mata konsumen. Melalui platform ini, mereka melakukan promosi yang kreatif, seperti membagikan cerita tentang Sejarah warung dan keunikan kuliner Sunda, yang berhasil menarik perhatian pelanggan baru. Selain itu, layanan pesan antar juga diterapkan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan memberikan kenyamanan tambahan.

Pendekatan pemasaran berbasis cerita (Storytelling) menjadi strategi yang sangat efektif bagi Bu Imas. Mereka tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menjual pengalaman dan cerita di balik setiap hidangan yang disajikan. Hal ini menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan, sehingga mereka merasa lebih terhubung dengan warung tersebut.

Dengan kombinasi strategi diversifikasi menu, inovasi teknologi, dan komitmen yang kuat terhadap kualitas, Warung Nasi Bu Imas mampu mempertahankan daya saingnya sekaligus mempertahankan daya saingnya sekaligus melestarikan keaslian kuliner tradisional Sunda. Keberhasilan ini menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lain, khususnya di bidang kuliner, bahwa adaptasi terhadap perubahan zaman dan kebutuhan pelanggan dapat dilakukan tanpa harus mengorbankan identitas dan ciri khas yang menjadi nilai utama sebuah bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.kompasiana.com/fikiahla7990/6774aca834777c2a4800adcb/meningkatkan-minat-masyarakat-terhadap-makanan-tradisional-untuk-membantu-umkm>
- <https://www.runchise.com/blog/persaingan-bisnis-kuliner-di-indonesia-update>
- <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/4451/3440>
- <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/download/220/76>
- <https://www.unileverfoodsolutions.co.id/id/usaha-kuliner-di-era-digital.html>
- https://www.researchgate.net/publication/348504621_Peran_Wisata_Kuliner_Sebagai_Bentuk_Pengembangan_Citra_Destinas_i_Kota_Bandung_Culinary_Tourism_Role_as_a_Form_of_Destinat_i_o_n_Image_Development_in_Bandung
- https://www.academia.edu/108685182/Pengaruh_Inovasi_Orientasi_Kewirausahaan_Dan_Pasar_Terhadap_Keunggulan_Bersaing_Ukm_Kuliner
- <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/70>
- <https://fbhis.umsida.ac.id/inovasi-produk-dan-kewirausahaan-kunci-kinerja-pemasaran-di-era-kompetitif/>
- https://www.academia.edu/109218477/Keunggulan_bersaing_usaha_cake_dan_bakery_peran_orientasi_pasar_orientasi_kewirausahaan_dan_inovasi_produk
- <https://fbhis.umsida.ac.id/inovasi-produk-dan-kewirausahaan-kunci-kinerja-pemasaran-di-era-kompetitif/>
- https://www.academia.edu/108685182/Pengaruh_Inovasi_Orientasi_Kewirausahaan_Dan_Pasar_Terhadap_Keunggulan_Bersaing_Ukm_Kuliner
- https://www.academia.edu/109218477/Keunggulan_bersaing_usaha_cake_dan_bakery_peran_orientasi_pasar_orientasi_kewirausahaan_dan_inovasi_produk
- <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/70>
- <https://fbhis.umsida.ac.id/inovasi-produk-dan-kewirausahaan-kunci-kinerja-pemasaran-di-era-kompetitif/>
- <https://www.merdeka.com/jateng/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-berikut-penjelasan-nya-kln.html?page=3>
- [https://repositoryfisip.unla.ac.id/browse/previews/270#:~:text=Menurut%20Sugiyono%20\(2018:213\),kualitatif%20lebih%20menekan%20pada%20makna.](https://repositoryfisip.unla.ac.id/browse/previews/270#:~:text=Menurut%20Sugiyono%20(2018:213),kualitatif%20lebih%20menekan%20pada%20makna.)
- https://www.researchgate.net/publication/348504621_Peran_Wisata_Kuliner_Sebagai_Bentuk_Pengembangan_Citra_Destinas_i_Kota_Bandung_Culinary_Tourism_Role_as_a_Form_of_Destinat_i_o_n_Image_Development_in_Bandung