

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK *STORYTELLING*

2.1 Jenis Produk



Gambar 2. 1

Kunyit

Sumber : Syah, 2021

Kedai Soto Kuning Pak Bongkok merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner atau dengan terminologi asing disebut dengan *food and beverages*. Sesuai dengan namanya, Soto Kuning Pak Bongkok menyajikan Soto Kuning sebagai menu utamanya. Jenis kuliner ini diberi nama Soto kuning dikarenakan warna dari soto ini adalah kuning pekat karena menggunakan kunyit sebagai pewarna alaminya, adapun manfaat lain dari kunyit adalah meningkatkan daya tahan tubuh, menstabilkan kadar gula darah, meredakan peradangan usus serta dapat mengobati maag dan sebagainya (Dr.Agustin, 2021). Dalam proses pembuatan Soto Kuning biasanya akan ditambahkan susu, kacang kedelai ataupun santan. Untuk perbedaan Soto Kuning Pak Bongkok dengan Soto Kuning lainnya adalah penggunaansantan murni tanpa campuran susu ataupun kacang kedelai. Dilansir dari menu makanan yang diunggah, berbagai pilihan Soto Kuning dapat dipilih sesuai selera mulai dari isian daging atau campur (menggunakan jeroan sapi). Tidak hanya itu, pengelola Soto Kuning Pak Bongkok juga menambahkan makanan pendamping untuk melengkapi pengalaman santap seperti perkedel dan lain-lain. Untuk harga dihitung

per bagian untuk isian soto mulai dari Rp.12,000, untuk daftar menu biasa langsung dijelaskan secara lisan oleh pengelola Soto Kuning.

Tabel 1.1

Menu Soto Kuning Pak Bongkok

Menu	Harga
Daging / potong	Rp. 12,000
Babat / potong	Rp. 12,000
Kikil / potong	Rp. 12,000
Tulang muda / potong	Rp. 12,000
Paru / potong	Rp. 12,000
Nasi / piring	Rp. 5,000
Perkedel / buah	Rp. 3,000
Ping Tangkil / bungkus	Rp. 4,000



Gambar 2. 2

Soto Kuning Pak Bongkok

Sumber : Rahmawati, 2021

2.2 Lokasi / Tempat

Lokasi Soto Kuning Pak Bongkok memiliki 1 tempat yaitu di Jalan Surya Kencana SNo.285, RT.04/RW.02, Babakan Pasar, Bogor Tengah, Bogor City, Jawa Barat. Jalan Suryakencana merupakan destinasi makanan jalanan / *Street food* yang dipenuhi dengan makanan-makanan legendaris dan pusat oleh-oleh khas Bogor.

Jika menggunakan angkutan umum, berikut akomodasi yang dapat digunakan jika perjalanan dimulai dari Jakarta:

- KRL Commuterline: mengambil KRL dengan tujuan akhir di Stasiun Bogor, dilanjutkan dengan menggunakan angkot nomor 02 yang tersedia tepat di depan stasiun. Berhenti di kawasan Surya Kencana tepat di depan lokasi Soto Kuning Pak Bongkok.



Gambar 2.3

Rute KRL Jakarta - Bogor

Sumber : Kanalmu, 2020



Gambar 2. 4

Stasiun Bogor

Sumber : Tumanggor, 2017

- Bus DAMRI: Mengambil Bus DAMRI yang tersedia di Bandara Soekarno-Hatta, Perjalanan berakhir di Botani Square Bogor. Perjalanan dapat dilanjutkan dengan menggunakan angkot nomor 02 atau jalan kaki sejauh 960 meter menuju lokasi Soto Kuning Pak Bongkok.



Gambar 2. 5

Bus DAMRI Bandara SOETTA – Bogor

Sumber : Nelvi, 2019



Gambar 2. 6

Tempat Makan Soto Kuning Pak Bongkok

Sumber : Dokumen Pribadi, 2022



Gambar 2. 7

Peta Lokasi Soto Kuning Pak Bongkok

Sumber : Dokumen Pribadi, 2022

Jika menggunakan kendaraan pribadi dari Jakarta, ambil jalan tol dalam kota untuk menuju jalan tol Jagorawi. Keluar tol di kilometer 42, lanjutkan perjalanan melalui jalan raya Sukabumi, lalu lanjutkan perjalanan Jalan Otto Iskandardinata dan belok kiri ke jalan Surya Kencana, jalan lurus sejauh 380 meter, maka tibalah di lokasi soto kuning Pak Bongkok.



Gambar 2. 8

Gerbang Tol Jagorawi KM 42

Sumber : Idris, 2021

2.3 Lama Berkecimpung di Bidang Kuliner

Berdasarkan hasil observasi, Soto Kuning Pak Bongkok telah berdiri sekitar 40 tahun yang lalu. (Sonia Basoni, 2018). Soto Kuning Pak Bongkok berdiri sejak tahun 1978, dimulai dengan dagang berkeliling menggunakan pikulan dari Jalan Surya Kencana lalu ke Pasar Bogor dan ke pemukiman warga, hingga akhirnya berjualan secara tetap di Jalan Surya Kencana di tahun 1980 – an. Nama Pak Bongkok sendiri diberikan oleh para pelanggan karena kondisi badan Pak Suhandi (m.2010) yang mulai membongkok karena berdagang dengan cara dipikul. Usaha Soto Kuning Pak Bongkok sekarang dijalankan oleh Pak Mulyadi (anak) dan Abah Udi atau Pak Tajudin (cucu keponakan).

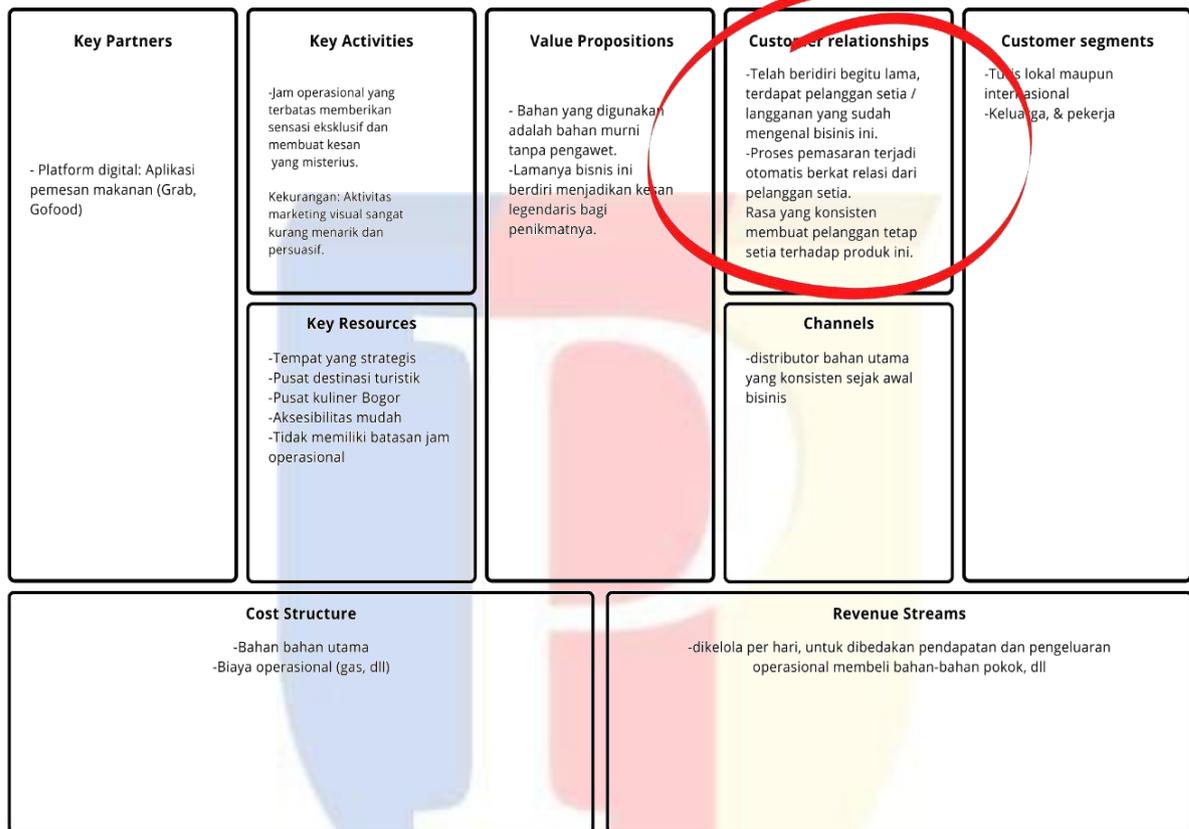
2.4 Keunggulan Objek

Untuk mengetahui keunggulan objek dari Soto Kuning Pak Bongkok, digunakan pendekatan *business model canvas* (BMC). BMC adalah 9 pilar blok bisnis yang saling berkaitan yang digunakan oleh suatu organisasi untuk melahirkan keunggulan dan mengambil keuntungan dari para pelanggannya. Pilar-pilar tersebut mencakup *key resources*, *revenue streams*, *cost structure*, *key partnership*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *key activities*, dan *customer segments*. *Key resources* adalah segala sumber daya yang tersedia mulai dari lokasi, manusia dan faktor-faktor pendukung bisnis lainnya, *revenue streams* adalah arus pemasukan yang didapatkan dari pelanggan, *cost structure* adalah penyusunan biaya yang direncanakan untuk mengelola keuangan bisnis, *key partnership* adalah pihak-pihak pendukung yang dapat mendukung kelancaran proses dalam suatu bisnis, *value proposition* adalah keunggulan suatu produk dari bisnis itu sendiri, *channels* adalah media yang digunakan untuk memasarkan produk dari bisnis tersebut, *customer relationship* hubungan yang terjalin terhadap pelanggan dan penyedia produk, *key activities* adalah aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menjalin hubungan terhadap pelanggan dan *customer segments* adalah penargetan dalam menentukan objek *customer*. Menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2014). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dapat dikatakan bahwa Soto Kuning Pak Bongkok memiliki akar yang kuat di komponen *customer relationship* dikarenakan Soto Kuning Pak Bongkok dapat menarik para pelanggannya dikarenakan beberapa faktor yang berasal dari pelanggan yang sangat dominan dalam proses bisnisnya yaitu hampir semua pelanggan yang datang ke Soto Kuning Pak Bongkok adalah pelanggan lama (bukan kunjungan pertama kali) dan sudah tahu betul harga, pilihan, variasi pilihan isian soto bahkan pengelolanya. Salah satu dari pelanggan berkata bahwa Soto Kuning Pak Bongkok merupakan makanan favoritnya sejak beliau kecil. Beliau mengatakan bahwa rasa yang diberikan oleh Soto Kuning Pak Bongkok sangat cocok di lidah beliau sehingga membuat beliau tetap kembali lagi ke Soto Kuning Pak Bongkok. Hal ini sangat unik mengingat Soto Kuning Pak Bongkok tidak melakukan proses promosi pemasaran yang massif sehingga dapat dikatakan bahwa faktor yang membuat pelanggan datang kembali ke soto kuning Pak Bongkok bukan dari efek pemasaran namun dari relasi baik yang terjalin antara pihak Soto Kuning Pak Bongkok dan pelanggannya sehingga terciptalah proses pemasaran otomatis yang tercipta berkat relasi terhadap pelanggan Soto Kuning Pak Bongkok (seperti promosi dari mulut ke mulut dan sebagainya). Faktor terbesar kedua berasal dari elemen *key resources*, seperti

yang diketahui bahwa sumber daya yang tersedia di Bogor sangatlah kuat mengingat identitas kota Bogor itu sendiri yang dikenal sebagai kota yang dipenuhi oleh kuliner-kulinernya yang legendaris. Lokasi pilihan untuk membangun bisnis soto kuning Pak Bongkok di Jalan Surya Kencana menjadi pendukung ekstra dimana Jalan Surya Kencana memanglah pusat daya tarik kuliner dan pariwisata Bogor. Dapat disimpulkan bahwa 2 faktor tersebutlah yang menjadi kunci utama proses bisnis Soto Kuning Pak Bongkok.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam suatu bisnis, pasti terdapat kekurangan atau ketidaksempurnaan dari satu atau dua segi atau kategori. Dalam proses bisnis Soto Kuning Pak Bongkok, salah satu kelemahan utama merujuk pada salah satu pilar BMC yaitu *key activities*. Pada realitanya, kedai Soto Kuning Pak Bongkok tidak memiliki sesuatu yang spesial dalam segi visualnya. Contohnya dalam hal menu. Pada kedai Soto Kuning Pak Bongkok tidak menyediakan menu yang menarik secara visual yang dapat dilihat oleh tamunya. Kebanyakan, tamu yang datang dapat mengetahui harga dari menu soto kuning tersebut dengan menanyakan secara langsung ke pengelola. Selain itu, Soto Kuning Pak Bongkok juga tidak memiliki spanduk yang benar-benar autentik. Bahkan pada realitanya, spanduk yang digunakan dapat dibilang kuno dan kusam. Pihak Soto Kuning Pak Bongkok juga secara terang-terangan mengatakan bahwa mereka tidak ada motivasi untuk di-review oleh para tokoh publik yang ingi membantu memasarkan produknya. Hal ini sangat disayangkan dan jikalau mereka dapat meningkatkan aktivitas-aktivitas marketing di segi *key activities*, maka bukanlah mimpi jika Soto Kuning Pak Bongkok adalah suatu bisnis yang tergolong sempurna.

THE BUSINESS MODEL CANVAS



Gambar 2. 9
Business Model Canvas

Sumber : Pribadi, 2022