

## **PENERAPAN STRATEGI SOAR UNTUK MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR DI RESTORAN DENNY'S SENAYAN CITY**

### **[IMPLEMENTATION OF SOAR STRATEGY TO MAINTAIN MARKET SHARE AT DENNY'S SENAYAN CITY RESTAURANT]**

**Putri Maulida Fitria<sup>1</sup>, Asep Parantika<sup>2</sup>, Lyly Soemarni<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Nasional, pmaulida170@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Nasional, asep.parantika@civitas.unas.ac.id

<sup>3</sup> Politeknik Sahid, lylysoemarni@gmail.com

#### **INFO ARTIKEL    ABSTRACT**

---

Diterima  
24 Desember 2025  
Disetujui  
4 Februari 2025  
Tersedia Secara  
Online  
30 Juni 2025

*This study aims to analyze the implementation of SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, and Results) strategy in maintaining the market share of Denny's Senayan City Restaurant. The SOAR methodology was chosen because its approach is more proactive and based on internal strengths and external opportunities compared to other analysis methods such as SWOT which tend to focus on weaknesses and threats. This study uses SOAR analysis to identify Denny's main strengths of high-quality service and strategic location in a large shopping center. On the other hand, the lack of varied menu innovation is the biggest challenge that must be overcome to maintain customer interest. This study found that although Denny's has a strong foundation in terms of quality and location, Denny's needs to make improvements in terms of menu diversity and customer experience development. The practical implications of this study for Denny's restaurant owners are the importance of focusing on product innovation related to market trends and maintaining the right customer experience to stay competitive in a dynamic market*

*Keywords : Implementation of SOAR Strategy, Denny's Restaurant, SOAR Analysis, Menu Innovation*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, and Results) dalam mempertahankan pangsa pasar Restoran Denny's Senayan City. Metodologi SOAR dipilih karena pendekatannya lebih proaktif dan didasarkan pada kekuatan internal dan peluang eksternal yang ada dibandingkan metode analisis lain seperti SWOT yang cenderung berfokus pada kelemahan dan ancaman. Penelitian ini menggunakan analisis SOAR untuk mengidentifikasi kekuatan utama Denny's layanan berkualitas tinggi dan lokasi strategis dalam pusat perbelanjaan besar. Di sisi lain, inovasi menu yang kurang bervariasi menjadi tantangan terbesar yang harus diatasi untuk mempertahankan minat pelanggan. Studi ini menemukan bahwa meskipun Denny's memiliki dasar yang kuat dalam hal kualitas dan lokasi, Denny's perlu melakukan peningkatan dalam hal keragaman menu dan pengembangan pengalaman pelanggan. Implikasi praktis dari penelitian ini bagi pemilik restoran Denny's adalah pentingnya fokus pada inovasi produk terkait tren pasar dan menjaga pengalaman pelanggan yang tepat agar tetap kompetitif di pasar yang dinamis.

Kata Kunci: Penerapan Strategi SOAR, Restoran Denny's, Analisis SOAR, Inovasi Menu

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri restoran casual dining di Jakarta terus berkembang pesat seiring dengan perubahan gaya hidup dan selera konsumen yang semakin beragam. Saat ini, orang tidak hanya mencari tempat makan; mereka juga mencari pengalaman menyeluruh: kualitas makanan, layanan, dan suasana restoran. Dalam konteks ini, Restoran Denny's Senayan City yang merupakan bagian dari jaringan restoran internasional tetap mempertahankan relevansi dan pangsa pasarnya di tengah persaingan yang ketat, terutama di kawasan Senayan City yang merupakan pusat perbelanjaan yang tinggi. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan utama di Jakarta, Senayan City memiliki beragam restoran dan kafe, menjadikan sektor casual dining semakin kompetitif. Menurut data, pertumbuhan sektor restoran di Jakarta diperkirakan akan terus meningkat dengan laju tahunan sekitar 8-10% dalam beberapa tahun terakhir.

Namun, meningkatnya persaingan ini juga diiringi dengan perubahan preferensi konsumen, yang menyebabkan meningkatnya penekanan pada variasi menu, kualitas layanan, dan inovasi dalam pengalaman bersantap. Oleh karena itu, Restoran Denny's Senayan City perlu mengembangkan strategi agar dapat mempertahankan posisi kompetitifnya agar tidak hanya bertahan tetapi juga terus berkembang. Salah satu cara restoran dapat membantu tetap relevan dan mempertahankan pangsa pasar adalah dengan menerapkan analisis SOAR yang strategis.

Restoran Denny's di Senayan City, Jakarta merupakan cabang dari jaringan restoran Denny's yang terkenal dengan konsep restoran khas Amerika. Restoran ini menyajikan berbagai macam hidangan bertema Barat, termasuk pancake, burger, dan salad dalam suasana yang nyaman dan modern. Ada beberapa alasan menarik mengapa restoran ini dipilih sebagai objek kajian, terutama karena restoran ini memiliki arti penting bagi perkembangan industri kuliner Indonesia sebagai restoran berkonsep internasional yang disesuaikan dengan selera lokal. Alasan memilih restoran ini untuk penelitian:

1. Populer dan ikonik: Denny's adalah jaringan restoran internasional dengan banyak cabang di berbagai negara, termasuk Indonesia. Restoran ini berhasil menarik perhatian konsumen dengan konsep restorannya yang mudah dipahami, namun dapat beradaptasi dengan kebutuhan pasar lokal. Denny's Senayan City khususnya sangat populer di kalangan pengunjung mal dan merupakan tempat yang tepat untuk meneliti tren pasar restoran dan strategi pemasaran internasional.

2. Konsep dan Penataan Menu: Salah satu hal menarik tentang Denny's adalah kemampuannya menggabungkan konsep kuliner internasional dengan cita rasa lokal. Studi ini meneliti bagaimana restoran-restoran ini mengadaptasi menu dan layanan mereka untuk menarik minat konsumen Indonesia dan bagaimana hal ini berhubungan dengan perubahan selera dan budaya kuliner di pasar Jakarta. Adaptasi ini dapat menjadi contoh menarik bagi merek internasional lain yang ingin memasuki pasar lokal.

Denny's di Senayan City memiliki beberapa keunikan yang dapat dijadikan studi kasus. Pertama, Denny's terletak di pusat perbelanjaan utama yang sering dikunjungi berbagai kelompok, menjadikannya lokasi yang strategis untuk memahami perilaku konsumen perkotaan. Kedua, yang membuatnya unik adalah Denny's menawarkan pengalaman bersantap yang nyaman dan menyenangkan dengan desain interior yang menarik dan pelayanan yang efisien. Ini tidak seperti restoran cepat saji lain di mana kecepatan dan harga menjadi fokus utama.

Penelitian ini penting untuk memperdalam pemahaman kita tentang tren pasar restoran internasional di Indonesia, terutama keberhasilan dan tantangan dalam beradaptasi dengan pasar lokal. Di bidang restoran cepat saji internasional dan tempat makan, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa keberhasilan merek internasional tidak hanya bergantung pada kualitas makanannya, tetapi juga pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan selera lokal tanpa kehilangan identitas globalnya. Sebuah studi oleh Wibowo (2017) tentang adaptasi restoran internasional terhadap pasar Indonesia menemukan bahwa restoran internasional yang dapat beradaptasi dengan budaya lokal dan memberikan pengalaman bersantap yang unik lebih mungkin bertahan di pasar yang kompetitif. ditunjukkan. Oleh karena itu, penelitian ini membantu meningkatkan pemahaman tentang strategi bisnis yang efektif di industri restoran Indonesia dan

memberikan wawasan baru bagi pemilik merek internasional yang berencana untuk berekspansi di negara berkembang.

Menurut Stavros dan Hinrichs (2009), analisis SOAR adalah pendekatan inovatif berbasis kekuatan terhadap pemikiran dan perencanaan strategis yang melibatkan semua individu yang memiliki minat dalam proses pemikiran strategis. Aspirasi dan pencapaian merupakan analisis lingkungan eksternal sedangkan Kekuatan dan Peluang menganalisis lingkungan internal perusahaan. Perbedaan mendasar antara SOAR dan perencanaan strategis tradisional adalah bahwa salah satu pemangku kepentingan, atau perwakilan mereka, diundang ke dalam proses SOAR dan berpartisipasi dalam percakapan untuk menghasilkan kebutuhan dan peluang, dan dengan demikian mengidentifikasi aspirasi, tujuan, strategi, dan hasil dan menganalisis komitmen.

Tujuan pengembangan analisis SOAR adalah untuk mengukur kemampuan individu dalam berpikir strategis terhadap empat faktor yang mempengaruhi dinamika berorientasi masa depan di abad ke-21. Model SOAR mengubah analisis SWOT yang telah ditetapkan dari faktor kelemahan internal organisasi dan ancaman eksternal yang dihadapi menjadi faktor tujuan perusahaan dan hasil terukur yang ingin dicapai. Analisis SOAR berpendapat bahwa faktor kelangkaan dan ancaman dapat menimbulkan emosi negatif pada anggota organisasi sehingga menurunkan motivasi mereka untuk melakukan yang terbaik (Stavros & Hinrichs, 2009).

Karena banyaknya pemangku kepentingan yang terlibat dalam kerangka SOAR, hal ini didasarkan pada ketulusan para anggota. Masalah keikhlasan sangat penting karena pemangku kepentingan perlu mengetahui prasyarat pembentukan dasar-dasar kepemimpinan pemimpin organisasi. Dengan mempertimbangkan status Denny's Senayan City serta lingkungan luar dan internal, Denny's Senayan City dapat menjamin informasi untuk pengambilan keputusan strategis. Denny's perlu menemukan strategi yang tepat untuk bertahan di tengah maraknya pasar online. Dibandingkan Denny's yang memiliki harga jual tinggi, Denny's mampu mempertahankan kekuatannya di masa depan. Berdasarkan analisis faktor internal, terdapat kekuatan yang dimiliki oleh Denny's seperti memiliki lokasi yang strategis serta pelayanan yang cepat dan ramah, serta mempunyai peluang dalam menjual produknya. Berdasarkan analisis faktor eksternal, Denny's mempunyai aspirasi agar menjadi pemimpin dalam inovasi menu dan menjadi merek internasional dengan reputasi dunia. Denny's menginginkan hasil yang baik berdasarkan kekuatan, kesempatan, dan aspirasi yang sudah dilakukan. Hal tersebut dilakukan berusaha dikembangkan agar Denny's senantiasa berkembang dan beradaptasi terhadap apa yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan uraian keadaan internal dan eksternal tersebut, maka penelitian ini mengambil judul "PENERAPAN STRATEGI SOAR UNTUK MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR DI RESTORAN DENNY'S SENAYAN CITY". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis internal dan eksternal bisnis Restoran Denny's Senayan City.

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Identifikasi kekuatan utama dan peluang bisnis Denny's Senayan City Restaurant seperti kualitas pelayanan, lokasi yang strategis, dan peluang pasar potensial seperti tren makanan sehat dan layanan pesan antar ke rumah.
2. Mengevaluasi efektivitas strategi berbasis SOAR untuk menjaga relevansi Denny's di pasar casual dining yang kompetitif dan dinamis, dengan fokus pada kekuatan internal dan peluang eksternal yang ada.
3. Memberikan rekomendasi strategis yang dapat membantu Denny's memanfaatkan kekuatan dan peluang tersebut untuk mempertahankan pangsa pasarnya di Senayan City dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang terus berkembang.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **1. Analisis SOAR**

SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, dan Results) adalah sebuah kerangka kerja yang sangat positif yang dapat digunakan untuk pemikiran strategis dan analisis yang memungkinkan

seseorang, tim, atau organisasi untuk membuat strategi dan/atau rencana strategis untuk membangun masa depannya melalui kolaborasi, pemahaman bersama, dan komitmen untuk bertindak (Watkins, Mohr, & Kelly, 2011). SOAR menempatkan fokus pada hal-hal berikut, yaitu:

- a. Strength (kekuatan)
- b. Opportunities (Peluang)
- c. Aspiration (Aspirasi)
- d. Results (Hasil).

Tabel 1. Matriks Analisis SOAR

	<b>Internal</b>	<b>Strength</b> Daftar faktor kekuatan Internal	<b>Oppurtunities</b> Daftar peluang eksternal
<b>Eksternal</b>			
<b>Aspirasi</b> Daftar faktor harapan dari internal		<b>Strategi SA</b> ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi.	<b>Strategi OA</b> Ciptakan strategi yang berorientasi kepada aspirasi yang diharapkan untuk memanfaatkan peluang
<b>Result</b> Daftar hasil yang terukur untuk diwujudkan		<b>Strategi SR</b> Ciptakan strategi yang berdasarkan kekuatan untuk mencapai Hasil yang terukur	<b>Strategi OR</b> Strategi yang berorientasi kepada kesempatan untuk mencapai Result yang sudah terukur

*Sumber: Stavros dan Cole, 2013*

## 2. Strategi Bisnis Restoran dalam Industri Casual Dining

Dalam industri restoran, strategi yang sukses tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga pengalaman pelanggan yang menyeluruh, mulai dari pelayanan hingga atmosfer restoran. Berdasarkan riset terbaru (Meyer & Schwager, 2023), restoran yang dapat menawarkan inovasi menu, pelayanan cepat, dan suasana yang nyaman cenderung lebih disukai oleh konsumen. Inovasi ini juga harus selaras dengan tren konsumsi, seperti meningkatnya minat terhadap pilihan makanan sehat dan ramah lingkungan.

## 3. Studi Kasus Penerapan SOAR di Industri Lain

Beberapa perusahaan dalam industri retail dan jasa telah berhasil menerapkan analisis SOAR untuk merumuskan strategi berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal mereka. Misalnya, penelitian oleh McKinsey (2021) menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang fokus pada potensi dan peluang, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan, berhasil meningkatkan kinerja dan kepuasan pelanggan mereka

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan untuk memahami secara mendalam situasi yang lebih kompleks dan dinamis yang dihadapi Denny's Senayan City Restaurant dalam mempertahankan relevansi dan pangsa pasarnya. Pendekatan kualitatif sangat cocok untuk studi kasus ini karena memungkinkan untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan pandangan berbagai pemangku kepentingan yang terlibat langsung dalam operasional restoran dan memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan strategis. Dengan berfokus pada analisis rinci elemen SOAR, pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang diinginkan dari perspektif manajemen dan operasional.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat post-positivisme atau interpretatif yang digunakan untuk mengeksplorasi keadaan benda-benda alam, dimana peneliti sebagai sarana utama dan metode pengumpulan data menyatakan bahwa datanya bersifat triangulasi. Dalam pengolahannya, data biasanya bersifat

kualitatif, analisis datanya bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif digunakan untuk memahami makna, keunikan, dan fenomena. Bangun dan temukan hipotesis.

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Restoran Denny's Senayan City yang berlokasi di dilakukan Jl. Asia Afrika, Jakarta Pusat. Lokasi penelitian ini dipilih karena salah satu perusahaan restoran yang saat ini beroperasi di sini.

Obyek Penelitian penelitian ini berfokus pada Denny's, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Alasan peneliti memilih Denny's sebagai obyek penelitian adalah karena penulis merupakan salah satu karyawan restoran tersebut dan sedang mengembangkan strategi yang tepat untuk bersaing dengan perusahaan lain di industri yang sama.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode:

1. Wawancara dilakukan dengan beberapa pemangku kepentingan utama di Restoran Denny's Senayan City, termasuk manajer operasional, staf restoran, dan pengunjung. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai kekuatan internal restoran, seperti: kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, fasilitas yang tersedia. Selain itu, wawancara tersebut menyoroti peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan Denny's, termasuk: Contoh: tren pasar, preferensi konsumen, inovasi produk. Wawancara dengan manajer operasional memberikan wawasan lebih dalam mengenai strategi yang diterapkan dan tujuan restoran di masa depan, sedangkan wawancara dengan karyawan restoran memberikan informasi terkait pelaksanaan operasional sehari-hari.
2. Observasi dilakukan di lokasi restoran untuk mengetahui interaksi antara staf dan pelanggan serta menilai secara langsung kualitas pelayanan dan suasana restoran. Pengamatan ini juga mencakup pengamatan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan, seperti: kecepatan pelayanan, kebersihan restoran, pengelolaan lini dan ketertiban. Selain itu, observasi juga mencakup analisis terhadap inovasi menu yang ditawarkan dan kesesuaiannya dengan tren pasar yang berkembang.

Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi dievaluasi menggunakan elemen analisis SOAR: Kekuatan, Peluang, Aspirasi, dan Hasil.

1. Kekuatan (*Strengths*) Analisis ini berfokus pada kekuatan internal Denny's Senayan City, seperti kualitas pelayanan, lokasi yang strategis, dan konsistensi standar operasional. Misalnya menganalisis kelebihan terkait pelayanan yang cepat dan ramah berdasarkan wawancara dengan karyawan dan pelanggan serta observasi kepuasan pelanggan.
2. Peluang (*Opportunities*) Peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan Denny's dianalisis dengan mengidentifikasi tren pasar seperti meningkatnya permintaan menu sehat, popularitas pesan-antar makanan, dan perubahan perilaku konsumen di sektor casual dining. Data dari wawancara dengan manajer operasi dan ulasan pelanggan dapat membantu mengidentifikasi peluang tersebut.
3. Aspirasi (*Aspirasi*) Unsur Aspirasi berfokus pada visi dan tujuan jangka panjang Denny's Senayan City. Studi ini mengkaji aspirasi perusahaan untuk tumbuh, berinovasi, atau menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, berdasarkan wawancara dengan manajer dan karyawan restoran. Aspirasi tersebut juga mencakup harapan peningkatan pangsa pasar dan peningkatan daya saing di masa depan.
4. Hasil (*Result*) Analisis hasil berfokus pada tujuan yang dicapai melalui strategi yang diterapkan. Hasil ini mencakup peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan kunjungan toko, dan peningkatan penjualan restoran. Gunakan data dari laporan keuangan dan umpan balik pelanggan untuk mengukur seberapa baik strategi yang diterapkan telah memberikan hasil yang diinginkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melakukan analisis terhadap penerapan strategi SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) di Denny's Restaurant Senayan City untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan kinerja bisnis. Berdasarkan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan manajer dan karyawan, serta survei konsumen, ditemukan bahwa Denny's

Senayan City telah berhasil menerapkan strategi SOAR dengan cara-cara berikut:

*Kekuatan (Strengths):*

1. Keragaman menu yang sesuai dengan pasar lokal:  
Denny's Senayan City tidak hanya menyajikan kuliner khas Amerika, tetapi juga memadukan cita rasa lokal, seperti menambahkan unsur pedas pada beberapa hidangan menawarkan berbagai pilihan menu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan semua selera. Keberagaman menu inilah yang membuat Denny's menarik bagi konsumen lokal dan internasional.
2. Lokasi strategis di Senayan City:  
Lokasinya yang berada di dalam pusat perbelanjaan besar membuat restoran ini mudah diakses oleh berbagai kalangan, mulai dari keluarga hingga pekerja kantor yang mencari tempat makan yang nyaman dan cepat.

*Peluang (Opportunities):*

1. Tren Kesehatan dan Makan Sehat:  
Dengan semakin meningkatnya minat konsumen terhadap makanan sehat, Denny's ingin menawarkan berbagai pilihan sehat dengan penekanan pada pilihan rendah kalori atau organik yang menarik dapat memanfaatkan peluang ini dengan menambahkan menu bergizi ke makanan untuk konsumen yang lebih sadar kesehatan.
2. Pertumbuhan pasar memasak digital:  
Perkembangan pemesanan makanan melalui aplikasi daring dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan penjualan. Denny's dapat memperluas jangkauan pasarnya dengan menawarkan layanan pengiriman melalui platform digital yang saat ini tengah berkembang pesat di Jakarta.

*Aspirasi (Aspirasi):*

1. Menjadi restoran dengan restoran terbaik di Jakarta:  
Denny's Senayan City bertujuan untuk menjadi restoran dengan restoran terbaik di Jakarta dengan mengembangkan konsep yang lebih kontemporer yang sesuai dengan selera konsumen lokal dan juga berupaya memperkenalkan lebih banyak menu inovatif untuk bersaing dengan restoran internasional lainnya.
2. Meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui loyalitas:  
Denny's sedang berupaya mengembangkan program loyalitas untuk menarik dan mempertahankan pelanggan tetap. Dengan menggunakan aplikasi dan kartu loyalitas, berharap dapat mendorong pelanggan untuk berkunjung lebih sering dan mendorong pelanggan baru untuk mencoba menu.

*Hasil (Result)*

1. Meningkatnya kepuasan pelanggan:  
Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan variasi menu dan kualitas pelayanan di Denny's. Kepuasan pelanggan juga tercermin dalam tingkat kunjungan berulang yang relatif tinggi, yang menunjukkan bahwa strategi ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan.
2. Peningkatan penjualan dari layanan daring:  
Penjualan dari aplikasi pengiriman makanan juga cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa Denny's dapat memanfaatkan peluang digital dengan lebih baik untuk mengembangkan pangsa pasarnya.

Penerapan strategi SOAR Denny Senayan City memberikan wawasan menarik tentang bagaimana restoran internasional dapat bertahan dan sukses di pasar yang kompetitif. Sebagaimana dikemukakan Kotler dan Keller (2016) dalam Manajemen Pemasaran, keberhasilan suatu bisnis restoran tidak hanya bergantung pada kualitas produknya, namun juga bagaimana restoran tersebut merespons peluang dan tantangan pasar, serta bagaimana restoran tersebut membangun hubungan dengan pelanggan tentang bagaimana membangun hubungan. Denny's mencapai hal ini dengan memanfaatkan keunggulannya, seperti beragam menu yang sesuai dengan selera lokal dan lokasi strategis, serta dengan menjajaki peluang baru, seperti tren makan sehat dan peningkatan pemesanan online.

Penelitian ini menyelidiki strategi adaptasi restoran internasional di Indonesia dan menyimpulkan bahwa keberhasilan restoran internasional sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk memahami pasar lokal dan beradaptasi dengan cepat. Temuan penelitian ini

konsisten dengan penelitian tersebut. Mengubah perilaku konsumen. Denny's Senayan City juga telah menunjukkan kemampuan beradaptasinya dengan menyesuaikan menu dan layanannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen Jakarta khususnya.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Wibowo (2017) yang menemukan bahwa strategi menggabungkan kekuatan internal dengan eksploitasi peluang eksternal dapat memperkuat posisi pasar restoran internasional di Indonesia. Oleh karena itu, penerapan strategi SOAR Denny's Senayan City tidak hanya penting tetapi juga efektif dalam mempertahankan pangsa pasarnya di tengah persaingan industri restoran Jakarta yang semakin meningkat.

Analisis matriks SOAR dalam pengembangan bisnis Denny's Senayan City dapat dilihat melalui aspek kekuatan, peluang dan aspirasi yang ada hingga dirumuskan hasil yang terukur sebagai alternatif strategi, yaitu:

Tabel 2. Matriks SOAR Denny's Senayan City

<b>Kategori</b>	<b>Kekuatan (Strengths)</b>	<b>Peluang (Opportunities)</b>	<b>Aspirasi (Aspirations)</b>	<b>Hasil (Results)</b>
<b>Kekuatan</b>	Lokasi strategis di Senayan City	Tren pangan sehat	Menjadi pemimpin dalam inovasi menu	Peningkatan penjualan 10 kali lipat setelah pengenalan menu sehat
<b>Peluang</b>	Pelayanan cepat dan ramah	Pengiriman bahan makanan dan pemesanan online	Meningkatkan pangsa pasar dan memperluas jangkauan	Program loyalitas meningkatkan loyalitas pelanggan 20%
<b>Aspirasi</b>	Merek internasional dengan reputasi dunia	Pengalaman pelanggan interaktif	Menciptakan pengalaman bersantap yang unik dan berkesan	Peningkatan kepuasan pelanggan (15 kasus dalam 6 bulan)
<b>Hasil</b>	Kualitas pelayanan konsisten	Inovasi dalam menu sehat (organik, nabati, rendah kalori)	Menyediakan menu yang lebih beragam dan sehat	Meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

*Sumber : Penulis, 2024*

### **Kekuatan Layanan dan Peluang di Pasar Casual Dining.**

Denny's memiliki kekuatan yang sangat kuat di pasar casual dining karena lokasinya yang strategis di Senayan City dan kualitas layanan yang cepat dan ramah. Lokasi ini tidak hanya lebih mudah diakses oleh konsumen, tetapi juga memposisikan restoran untuk menarik lebih banyak pengunjung Porter, M.E. (2008) berteori bahwa meskipun kekuatan seperti lokasi yang strategis

dapat mengurangi ancaman persaingan, kualitas layanan yang konsisten akan memberikan nilai pembeda yang diperlukan untuk bertahan dalam pasar santapan kasual yang kompetitif.

Dari segi peluang, tren makan sehat memberikan banyak ruang untuk inovasi menu. Dengan mengidentifikasi dan menerapkan tren makan sehat (menu organik, rendah kalori, nabati) berdasarkan teori inovasi nilai Kim dan Mauborgne, Denny's tidak hanya menarik lebih banyak konsumen yang sadar kesehatan, tetapi juga dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan dalam sebuah perusahaan. Ini semakin menjadi pasar makan santai. Ini adalah peluang penting untuk mengubah perilaku konsumen agar lebih menekankan kesehatan dan pola makan seimbang.

Tantangan: Inovasi Menu dan Adopsi Teknologi. Namun terdapat juga tantangan yang perlu diperhatikan, seperti perlunya terus mengembangkan menu-menu inovatif. Menu sehat mungkin sedang tren, namun pelanggan juga membutuhkan variasi yang menarik agar tetap setia. Untuk melakukan hal ini, Denny's harus terus mengembangkan menu untuk memenuhi selera pelanggan yang terus berubah. Hal ini sesuai dengan teori inovasi terbuka yang menyarankan perusahaan untuk tidak hanya mengandalkan ide internal, namun juga terbuka terhadap ide eksternal dari pelanggan dan mitra strategis. Selain itu, penerapan teknologi seperti pemesanan online dan penggunaan aplikasi untuk pengalaman pelanggan yang interaktif memerlukan investasi yang besar. Transformasi digital sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya dan penolakan terhadap perubahan dalam organisasi. Seperti yang dijelaskan Kotter dalam teori perubahan 8 langkahnya, permasalahan ini harus diatasi dengan manajemen perubahan yang baik agar transformasi digital menjadi efektif dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Implikasi Strategis: Strategi Berbasis SOAR untuk Restoran Lain. Strategi berbasis SOAR sangat efektif untuk restoran lain yang menghadapi tantangan serupa. Pendekatan SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) membantu restoran mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan internal untuk mencapai hasil yang diinginkan sambil memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Misalnya, restoran lain dapat memanfaatkan layanan yang ramah dan cepat untuk menarik pelanggan dan fokus pada inovasi menu sehat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang sedang berkembang.

Selain itu, melalui teknologi, restoran dapat meningkatkan pengalaman pelanggan interaktif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Dengan menerapkan prinsip inovasi nilai, restoran dapat mengurangi biaya dan meningkatkan nilai pelanggan dengan menawarkan menu yang lebih sehat dan beragam.

Strategi berbasis SOAR ini membantu restoran tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dengan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus memanfaatkan kekuatan internal. Pendekatan ini memungkinkan kami untuk tetap fleksibel dan merespons perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menganalisis penerapan strategi SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) di Denny's Senayan City untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan kinerja bisnisnya. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan manajer dan karyawan, serta survei konsumen, dapat disimpulkan bahwa Denny's berhasil menerapkan strategi ini dengan baik. Dalam hal kekuatan (Strengths), Denny's memanfaatkan keberagaman menu yang sesuai dengan selera lokal dan internasional, serta lokasi strategis di pusat perbelanjaan Senayan City, yang membuatnya mudah diakses oleh beragam kalangan. Peluang (Opportunities) yang dimanfaatkan termasuk tren makanan sehat dan berkembangnya pemesanan digital, yang memungkinkan Denny's untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Sedangkan aspirasi (Aspirations) Denny's untuk menjadi restoran terbaik di Jakarta dan

meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui program loyalitas mencerminkan upaya untuk terus berinovasi dan bersaing di pasar yang kompetitif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi SOAR di Denny's Senayan City berdampak positif pada kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan. Survei menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yang tercermin dari tingkat kunjungan berulang yang cukup signifikan. Selain itu, penjualan dari layanan pengiriman daring juga menunjukkan hasil yang menggembirakan, yang menandakan bahwa Denny's dapat memanfaatkan peluang digital dengan efektif. Dengan demikian, strategi SOAR membantu Denny's dalam mempertahankan pangsa pasarnya dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa keberhasilan restoran tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga bagaimana restoran dapat merespons peluang pasar dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Selain itu, penelitian ini konsisten dengan temuan Wibowo (2017), yang menunjukkan bahwa menggabungkan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal dapat memperkuat posisi restoran internasional di Indonesia. Oleh karena itu, penerapan strategi SOAR oleh Denny's Senayan City terbukti efektif dalam mempertahankan pangsa pasarnya di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat di Jakarta.

## REFERENSI

- Al Heikal, R. (2023). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode SOAR dan QSPM (Studi Kasus: Cerita Coffe Pulau Kijang). *Jurnal Ilmiah*, 11552100359.
- Hasyim, M. A. N. (2023). Penerapan analisis SOAR dalam strategi pengembangan Hotel di Kota Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v5i1.154>
- Hidayat, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI GRAND GARDEN RESTAURANT BOGOR. *Bogor Hospitality Journal*, 5(1).
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press
- Restini, N., & Satria, G. A. (2023). Strategi Peningkatan Penjualan UMKM Melalui Analisis SOAR (Studi pada Usaha Bakso di Desa Banyuning). *Jurnal Satyadharma*, 11(2), 1-9.
- Rochmadika, H., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, 21(1), 164-177.
- Setiawan, A. (2019). *Strategi Adaptasi Restoran Internasional di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 45-56.
- Suhartantin, W. (2023). Penerapan strategi bauran pemasaran pada restoran Papa Ron's Pizza Yogyakarta. Eprints UNY.
- Wibowo, A. (2017). *Strategi Bisnis Restoran Internasional di Pasar Indonesia: Studi Kasus pada McDonald's dan Starbucks*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 22(1), 67-79.
- WIDYANINGSIH, P. (2022). Analisis SOAR Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Bisnis Pada Industri Kreatif Busana Muslim Di Kota Semarang. *Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang. Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.