

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

1. Hal-hal atau atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih rumah makan Sunda adalah sebagai berikut.

Tabel 6.1  
Atribut yang Dianggap Penting Oleh Konsumen Dalam Memilih Rumah Makan Sunda

No	Atribut
1	Kebersihan makanan yang disajikan
2	Kebersihan minuman yang disajikan
3	Variasi menu makanan yang disajikan
4	Variasi menu minuman yang disajikan
5	Kesegaran bahan baku yang digunakan
6	Rasa makanan yang disajikan
7	Rasa minuman yang disajikan
8	Kehalalan makanan yang disajikan
9	Cara penyajian makanan yang menarik
10	Kejelasan isi dari menu makanan
11	Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan
12	Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan
13	Rumah makan berada di tempat yang strategis
14	Kejelasan papan nama rumah makan
15	Promosi (diskon) dengan kartu kredit tertentu
16	Promosi (diskon) melalui media sosial
17	Iklan melalui media cetak
18	Iklan melalui media elektronik
19	Keramahan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
20	Kesopanan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
21	Kerapihan penampilan dan seragam karyawan
22	Kemampuan karyawan menjelaskan menu
23	Kecekatan karyawan rumah makan dalam melayani permintaan konsumen
24	Ketepatan penyajian antara apa yang dipesan konsumen dengan yang disajikan
25	Kecepatan waktu penyajian makanan dan minuman
26	Fasilitas pembayaran selain cash (kartu debit/kredit)
27	Kecepatan proses pembayaran
28	Kebersihan alat makan dan alat saji makanan
29	Kebersihan rumah makan secara keseluruhan
30	<i>Design interior</i> rumah makan yang menarik
31	Kesejukan udara dalam rumah makan
32	Tempat parkir yang memadai
33	Proses <i>waiting list</i> (menunggu) yang baik
34	Penataan posisi meja dan kursi di rumah makan
35	Fasilitas bermain bagi anak-anak yang memadai
36	Jumlah bangku khusus bayi ( <i>baby chair</i> ) yang memadai
37	Kenyamanan suasana saat makan di rumah makan

2. Tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja Warung Cepot *Restaurant*

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode IPA adalah sebagai berikut.

a. Tingkat kepentingan tinggi, tingkat kinerja rendah; terdapat pada variabel:

- 31 : Kesejukan udara dalam rumah makan
- 32 : Tempat parkir yang memadai

b. Tingkat kepentingan tinggi, tingkat kinerja tinggi; terdapat pada variabel:

- 1 : Kebersihan makanan yang disajikan
- 2 : Kebersihan minuman yang disajikan
- 5 : Kesegaran bahan baku yang digunakan
- 6 : Rasa makanan yang disajikan
- 7 : Rasa minuman yang disajikan
- 11 : Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan
- 12 : Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan
- 13 : Rumah makan berada di tempat yang strategis
- 19 : Keramahan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
- 20 : Kesopanan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
- 21 : Kerapihan penampilan dan seragam karyawan
- 22 : Kemampuan karyawan menjelaskan menu
- 23 : Kecekatan karyawan rumah makan dalam melayani permintaan konsumen
- 24 : Ketepatan penyajian antara apa yang dipesan konsumen dengan apa yang disajikan
- 25 : Kecepatan waktu penyajian makanan dan minuman
- 26 : Fasilitas pembayaran selain cash (kartu debit/kredit)

- 27 : Kecepatan proses pembayaran
- 28 : Kebersihan alat makan dan alat saji makanan
- 29 : Kebersihan rumah makan secara keseluruhan
- 33 : Proses *waiting list* (menunggu) yang baik
- 37 : Fasilitas bermain bagi anak-anak yang memadai

c. Tingkat Kepentingan Rendah, Tingkat Kinerja Rendah ; terdapat pada variabel:

- 15 : Promosi (diskon) dengan kartu kredit tertentu
- 16 : Promosi (diskon) melalui media sosial
- 17 : Iklan melalui media cetak
- 18 : Iklan melalui media elektronik
- 35 : Fasilitas bermain bagi anak-anak yang memadai
- 36 : Kenyamanan suasana saat makan di rumah makan

d. Tingkat Kepentingan Rendah, Tingkat Kinerja Tinggi; terdapat pada variabel:

- 3 : Variasi menu makanan yang disajikan
- 4 : Variasi menu minuman yang disajikan
- 8 : Kehalalan makanan yang disajikan
- 9 : Cara penyajian makanan yang menarik
- 10 : Kejelasan isi dari menu makanan
- 14 : Kejelasan papan nama rumah makan
- 30 : Design interior rumah makanan yang menarik
- 34 : Penataan posisi meja dan kursi di rumah makan

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Warung Cepot *Restaurant* Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode uji hipotesis ketidakpuasan, diperoleh kesimpulan bahwa:
- Konsumen puas terhadap Warung Cepot *Restaurant* pada variabel:

Tabel 6.2  
Konsumen Puas

No	Atribut
3	Variasi menu makanan yang disajikan
4	Variasi menu minuman yang disajikan
6	Rasa makanan yang disajikan
7	Rasa minuman yang disajikan
8	Kehalalan makanan yang disajikan
9	Cara penyajian makanan yang menarik
26	Fasilitas pembayaran selain cash (kartu debit/kredit)

- Konsumen tidak puas terhadap Warung Cepot *Restaurant* pada variabel:

Tabel 6.3  
Konsumen Tidak Puas

No	Atribut
1	Kebersihan makanan yang disajikan
2	Kebersihan minuman yang disajikan
5	Kesegaran bahan baku yang digunakan
10	Kejelasan isi dari menu makanan
11	Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan
12	Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan
13	Rumah makan berada di tempat yang strategis
14	Kejelasan papan nama rumah makan
15	Promosi (diskon) dengan kartu kredit tertentu
16	Promosi (diskon) melalui media sosial
17	Iklan melalui media cetak
18	Iklan melalui media elektronik
19	Keramahan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
20	Kesopanan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
21	Kerapihan penampilan dan seragam karyawan
22	Kemampuan karyawan menjelaskan menu
23	Kecekatan karyawan rumah makan dalam melayani permintaan konsumen
24	Ketepatan penyajian antara apa yang dipesan konsumen dengan yang disajikan
25	Kecepatan waktu penyajian makanan dan minuman
27	Kecepatan proses pembayaran
28	Kebersihan alat makan dan alat saji makanan
29	Kebersihan rumah makan secara keseluruhan
30	<i>Design interior</i> rumah makan yang menarik
31	Kesejukan udara dalam rumah makan
32	Tempat parkir yang memadai
33	Proses <i>waiting list</i> (menunggu) yang baik
34	Penataan posisi meja dan kursi di rumah makan
35	Fasilitas bermain bagi anak-anak yang memadai
36	Jumlah bangku khusus bayi ( <i>baby chair</i> ) yang memadai
37	Kenyamanan suasana saat makan di rumah makan

4. Posisi Warung Cepot *Restaurant* Dibandingkan Pesaing

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode CA, diperoleh kesimpulan bahwa Warung Cepot *Restaurant*:

- Unggul , pada variabel:

Tabel 6.4  
Peringkat Unggul

No	Variabel
1	Kebersihan makanan yang disajikan
2	Kebersihan minuman yang disajikan
3	Variasi menu makanan yang disajikan
4	Variasi menu minuman yang disajikan
5	Kesegaran bahan baku yang digunakan
6	Rasa makanan yang disajikan
7	Rasa minuman yang disajikan
8	Kehalalan makanan yang disajikan
10	Kejelasan isi dari menu makanan
11	Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan
12	Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan
19	Keramahan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
20	Kesopanan karyawan rumah makan dalam melayani konsumen
21	Kerapihan penampilan dan seragam karyawan
22	Kemampuan karyawan menjelaskan menu
23	Kecekatan karyawan rumah makan dalam melayani permintaan konsumen
24	Ketepatan penyajian antara apa yang dipesan konsumen dengan yang disajikan
25	Kecepatan waktu penyajian makanan dan minuman
26	Fasilitas pembayaran selain cash (kartu debit/kredit)
27	Kecepatan proses pembayaran
28	Kebersihan alat makan dan alat saji makanan
29	Kebersihan rumah makan secara keseluruhan
31	Kesejukan udara dalam rumah makan
33	Proses <i>waiting list</i> (menunggu) yang baik
34	Penataan posisi meja dan kursi di rumah makan
35	Fasilitas bermain bagi anak-anak yang memadai
36	Jumlah bangku khusus bayi ( <i>baby chair</i> ) yang memadai
37	Kenyamanan suasana saat makan di rumah makan

- Tertinggal, pada variabel:

Tabel 6.5  
Peringkat Tertinggal

No	Variabel
9	Cara penyajian makanan yang menarik
13	Rumah makan berada di tempat yang strategis
14	Kejelasan papan nama rumah makan
15	Promosi (diskon) dengan kartu kredit tertentu
16	Promosi (diskon) melalui media sosial
17	Iklan melalui media cetak
18	Iklan melalui media elektronik
30	<i>Design interior</i> rumah makan yang menarik
32	Tempat parkir yang memadai

5. Segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dari Warung Cepot  
*Restaurant*

- Segmentasi
  - Tinggal di Bandung Barat
  - Pendapatan Rp 5.000.000,00 – Rp 8.499.999,00
  - Pekerjaan wiraswasta
  - Budget membeli makanan < Rp 30.000,00
  - Budget membeli minuman <Rp 10.000,00
  - Frekuensi makan ke Warung Cepot 1-2 kali dalam 3 bulan
  - Mengetahui Warung Cepot dari billboard
  - Pergi ke Warung Cepot bersama keluarga
  - Tujuan ke Warung Cepot untuk berkumpul bersama keluarga/sahabat
  - Kedatangan pada hari Minggu
  - Kedatangan pada jam 12:00-14:59 (jam makan siang)
  - Jenis transaksi yang biasa dilakukan dine in
  - Menu makanan yang paling sering dipesan adalah nasi raramean
  - Alasan membeli menu makanan karena rasanya enak

- Menu minuman yang paling sering dipesan adalah es teh manis
- Alasan membeli menu minuman karena harganya terjangkau
- Suka menggunakan Wifi
- Suka memesan makanan via Gojek
- Kartu kredit yang digunakan adalah BCA dan Mandiri (2 persentase terbesar)
- Media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram
- Media cetak yang paling sering dibaca adalah koran Pikiran Rakyat
- Saluran radio yang paling sering didengar adalah Prambors
- Alas makan yang paling nyaman ketika makan makanan Sunda adalah piring putih
- Lagu yang paling disukai ketika berada di rumah makan Sunda adalah lagu populer
- Design interior rumah makan Sunda yang paling disukai adalah mewah dan modern
- Jenis pelayanan rumah makan Sunda yang paling disukai adalah memilih makanan di daftar menu, lalu memesan pada pelayan
- Jenis paket makanan yang paling disukai adalah nasi+makanan+minuman
- Porsi nasi yang biasanya dipesan di Warung Cepot adalah 1 porsi

- Targetting

Berdasarkan data kuesioner, yang menjadi target bagi Warung Cepot adalah sebagai berikut:

1. Target pasar awal

Konsumen yang tinggal di Bandung Barat, pekerjaan wiraswasta, budget membeli makanan <Rp 30.000,00, budget membeli minuman <Rp 10.000,00, pergi ke Warung Cepot bersama keluarga untuk berkumpul bersama keluarga, datang pada hari Minggu jam 12:00-14:59, dan dengan transaksi dine in.

2. Target pasar dimensi lainnya

Berdasarkan hasil kuesioner, karakteristik responden yang dapat dijadikan usulan pemasaran adalah :

- Suka menggunakan Wifi
- Suka memesan makanan via Gojek
- Menggunakan kartu kredit BCA dan Mandiri
- Media sosial yang digunakan adalah Instagram
- Media cetak yang paling sering dibaca adalah koran Pikiran Rakyat
- Saluran radio yang paling sering didengar adalah Prambors
- Alas makan yang paling nyaman ketika makan makanan Sunda adalah piring putih
- Lagu yang paling disukai ketika berada di rumah makan Sunda adalah lagu populer
- Design interior rumah makan Sunda yang paling disukai adalah mewah dan modern

- Jenis pelayanan rumah makan Sunda yang paling disukai adalah memilih makanan di daftar menu, lalu memesan pada pelayan
- Jenis paket makanan yang paling disukai adalah nasi+makanan+minuman
- Porsi nasi yang biasanya dipesan di Warung Cepot adalah 1 porsi

- *Positioning*

- Saat ini

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner*, informasi yang didapatkan tentang Warung Cepot adalah sebagai berikut:

- Merupakan rumah makan dengan harga menengah ke atas.
- Pemilik selama ini mengira konsumen yang paling banyak datang berasal dari luar kota Bandung, sehingga harga disesuaikan dengan *budget* orang luar kota (terutama Jakarta).
- Slogan Warung Cepot *Restaurant*: “Nikmati Keajaiban Rasa dan Kehangatan Pelayanan Hanya Di Tempat Kami”.

- Berdasarkan hasil kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner bagian 1: *targetting* bagi Warung Cepot adalah membuat menu makanan dengan *budget* < Rp 30.000,00 ; menu minuman dengan *budget* <Rp 10.000,00; membuat citra rumah makan mewah dan modern (baik dari segi *design interior* rumah makan, lagu di rumah makan, maupun dari alas makan).

Berdasarkan hasil kuisoneer bagian 1 pertanyaan no 32: yang menjadi keunggulan Warung Cepot *Restaurant* adalah tersedianya menu gratis dan rasanya yang enak.

- *Positioning* saat ini dibandingkan dengan hasil kuesioner

Kondisi *positioning* saat ini sudah tidak cocok dengan hasil kuesioner yang ada, karena ada beberapa hal yang bertentangan, seperti wilayah tempat tinggal responden yang mayoritas di Bandung, bukan di Jakarta.

- Berdasarkan hasil pengujian dengan metode *Correspondence Analysis (CA)*

Berdasarkan hasil pengujian dengan metode *Correspondence Analysis (CA)*, Warung Cepot *Restaurant* memiliki keunggulan dalam hal:

1. Makanan dan minuman: Warung Cepot *Restaurant* unggul pada : kebersihan, variasi, rasa, kesesuaian harga dengan apa yang disajikan, kesegaran bahan baku yang digunakan, dan kehalalan.
2. Fasilitas : Warung Cepot *Restaurant* unggul pada kejelasan isi dari menu makanan, fasilitas pembayaran selain *cash*, fasilitas bermain bagi anak-anak, dan jumlah *baby chair*.
3. Pelayanan: Warung Cepot *Restaurant* unggul pada keramahan, kesopanan, kerapihan penampilan dan seragam, kemampuan menjelaskan menu, dan kecekatan karyawan; ketepatan penyajian dengan apa yang dipesan; kecepatan waktu penyajian makanan dan minuman; kecepatan proses pembayaran; kebersihan alat makan dan alat saji makanan; kebersihan rumah makan, kesejukan udara dalam rumah makan; proses *waiting list*; penataan posisi meja dan kursi; dan kenyamanan suasana saat makan di rumah makan.

- *Positioning* usulan

Oleh karena itu, *positioning* usulan bagi Warung Cepot *Restaurant* adalah menjadi *restaurant* Sunda yang mewah dan modern dengan tersedianya menu gratis dan menu hemat, dengan slogan : “Hemat di kantong, banyak gratisannya”.

6. Usulan bauran pemasaran yang dapat diberikan agar *omzet* penjualan di Warung Cepot *Restaurant* dapat meningkat.

- Usulan tempat parkir: memasang papan yang menjelaskan bahwa di area 1 konsumen dapat parkir, khusus konsumen Warung Cepot.

- Usulan media promosi:

- Kartu kredit: menjalin kerjasama dengan bank BCA dan Mandiri untuk memberikan promo-promo / diskon melalui kartu kredit tertentu.
- Media sosial: membuat account Instagram khusus Warung Cepot, mem-post menu-menu dengan foto-foto yang menarik, sehingga responden tertarik untuk datang ke Warung Cepot.
- Media cetak: lebih sering memasang iklan di Pikiran Rakyat, terutama dengan menunjukkan kelebihan/keunggulan Warung Cepot
- Saluran radio: bekerja sama dengan radio Prambors untuk mempromosikan Warung Cepot.
- Hal yang ditampilkan saat promosi : kelebihan Warung Cepot. Berdasarkan hasil kuesioner, yang menjadi kelebihan Warung Cepot adalah rasanya enak dan tersedianya menu gratis. Oleh karena itu, kedua hal tersebut harus ditampilkan ketika memasang iklan.

- Usulan desain interior ,lagu, dan papan nama di rumah makan : lebih baik jika Warung Cepot mengubah nuansa rumah makan menjadi mewah dan modern, memasang lagu yang sedang populer, mengganti alas makan dengan piring putih. Papan nama sebaiknya diganti agar lebih terlihat jelas dari kejauhan.
- Usulan alas makan yang digunakan: berdasarkan hasil kuesioner, alas makan yang paling disukai oleh responden adalah piring putih. Lebih baik jika Warung Cepot mengubah alas makan dengan piring putih.
- Usulan kesejukan udara: menambah jumlah pendingin ruangan (AC), dan menambah jumlah ventilasi.
- Usulan harga produk baru: membuat menu dengan *range* harga makanan <Rp 30.000,00 dan minuman <Rp10.000,00
- Usulan rasa produk: menetapkan standarisasi rasa dari seluruh produk di Warung Cepot *Restaurant*.
- Usulan fasilitas bermain bagi anak-anak: menambah fasilitas bermain yang lain bagi anak-anak.
- Usulan menu hemat 9in1: nasi, ayam, tahu goreng, tempe goreng, lalab, sambal dadak, dan es teh manis, lengkap dengan *free menu* sayur asem dan kerupuk banjur. Ayam dibuat dari bahan ayam jantan. Selama ini Warung Cepot menggunakan bahan ayam kampung, dengan harga modal yang jauh lebih mahal daripada ayam jantan. Oleh karena itu, untuk membuat menu hemat, lebih baik digunakan jenis ayam jantan, sehingga harga dapat dijual dengan harga terjangkau. Menu hemat 9in1 ini dapat dipesan baik *dine in*, *take away*, maupun *delivery*.
- Usulan harga: Rp 29.500,00

## 6.2.Saran

Agar penelitian ini semakin baik, di lain waktu alangkah baiknya jika dilakukan hal-hal sebagai berikut.

1. Melakukan analisa SWOT kepada *owner* Warung Cepot *Restaurant* untuk pertimbangan strategi jangka panjang.
2. Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, terutama yang menyangkut permasalahan etnis.

