

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Keunggulan dan kelemahan *foodcourt* Dago 109 terhadap pesaing

Keunggulan *foodcourt* Dago 109 dibanding pesaing lain:

- Cara penyajian makanan dan minuman
- Banyaknya variasi jenis makanan
- Daya tarik iklan dimedia elektronik (radio)
- Daya tarik spanduk/banner pada *foodcourt*
- Lokasi *foodcourt* yang terletak dikawasan pusat perbelanjaan
- Transportasi yang mudah menuju ke lokasi tempat makan (*foodcourt*)
- Penampilan pelayan yang menarik
- Kesigapan pelayan dalam merespons keinginan konsumen
- Hiburan musik pada tempat makan (*foodcourt*)
- Ketersediaan tempat parkir yang aman dan memadai
- Suasana *foodcourt* yang terbuka sehingga mempunyai sirkulasi udara yang baik
- Kenyamanan tata letak / *Layout foodcourt*

Kelemahan *foodcourt* Dago 109 dibanding pesaing lain:

- Makanan dan minuman di *foodcourt higienis* untuk dikonsumsi
- Kualitas bahan baku makanan dan minuman
- Kelezatan rasa makanan dan minuman yang disajikan
- Banyaknya variasi jenis minuman
- Porsi makanan dan minuman yang disajikan
- Kewajaran harga makanan dan minuman yang dijual
- Ketersediaan potongan harga
- Daya tarik iklan dimedia cetak (brosur,selebaran)
- Daya tarik iklan dimedia sosial (*facebook, twitter*)

- Kejujuran pelayan dalam melayani konsumen
 - Keramahan pelayan yang melayani konsumen
 - Pengetahuan pelayan terhadap jenis makanan dan minuman di *foodcourt*
 - Kemudahan dalam proses pembayaran (Credit Card/Debit Card/Tunai/Non Tunai)
 - Kecepatan pelayan dalam melayani konsumen
 - Kebersihan *foodcourt*
 - Kebersihan peralatan makanan dan minuman
 - Kebersihan toilet dan wastafel
2. Usulan *segmentation, targetting* dan *positioning foodcourt* Dago 109?
- Segmentasi berdasarkan *Demography*
 - Jenis Kelamin :
 - Pria = 50%
 - Wanita = 50%
 - Usia :
 - 18-25 tahun = 33%
 - 26 40 tahun = 44%
 - Uang Saku :
 - Uang saku < 500 ribu = 41%
 - Rp 500 ribu – < Rp1jt = 32%
 - Penghasilan :
 - Rp 2,5 juta - < Rp 5 juta = 45%
 - Segmentasi berdasarkan *Geography*
 - Daerah mana Anda tinggal :
 - Bandung Barat = 30%
 - Bandung Utara = 21%
 - Bandung Timur = 21%

➤ Segmentasi berdasarkan *Psycography*

- Tujuan :
 - Makan = 45%
 - Nongkrong = 30%

➤ Segmentasi berdasarkan Perilaku

- Bersama Siapa :
 - Teman = 62%
- Hiburan :
 - Live Music = 55%
- Suasana yang diharapkan :
 - Semi Terbuka = 62%
- Hal yang mempengaruhi :
 - Jenis Makanan = 51%
 - Harga = 40%

Targetting

Target pasar untuk *foodcourt* Dago 109 yang dituju yaitu konsumen yang berjenis kelamin pria dan wanita yang berumur 18 – 25 tahun dan 26 - 40 tahun, apabila masih seorang mahasiswa dengan uang saku < Rp 500 ribu sampai < Rp 1jt, apabila seorang pekerja dengan penghasilan Rp 2,5 juta - < Rp 5 juta dan konsumen yang tinggal di kawasan Bandung Barat, Bandung Utara dan Bandung Timur.

Positioning

Positioning merupakan tahap lanjutan setelah segmentasi dan *targeting*. *Positioning* juga harus dilakukan bersama dengan segmentasi dan *targeting* dimana langkah tersebut merupakan strategi untuk meningkatkan pangsa pasar. *Positioning statement* sangat dibutuhkan karena produk yang akan dipasarkan akan sampai dibenak konsumen.

Agar *positioning foodcourt* Dago 109 tepat dibenak oleh para konsumen, maka pihak *foodcourt* Dago 109 selalu memberikan kepuasan

bagi para konsumen yang datang serta pada saat makan dan minum di *foodcourt*. *Tag line* yang diberi “*Eat and Be Satisfied*”.

3. Usulan prosedur pelayanan *foodcourt* Dago 109 ?

Usulan prosedur pelayanan berdasarkan penyebaran kuisisioner kepada pelanggan / konsumen, untuk memperbaiki prosedur pelayanan pada *foodcourt* Dago 109. Berikut usulan prosedur pelayanan :

Gambar 6.1
Usulan Prosedur Pelayanan *Foodcourt* Dago 109

No.	Prosedur	Pelanggan	Pelayan	Juru Masak	Kasir
1	Pelanggan datang ke <i>foodcourt</i>	1			
2	Pelayan menawarkan tempat duduk dan mempersilahkan duduk pelanggan		2		
3	Pelanggan menentukan menu makanan yang tersedia di meja makan	3			
4	Pelanggan memanggil pelayan	4			
5	Pelayan mencatat pesanan pelanggan dan menyerahkan kepada juru masak		5		
6	Juru masak membuat makanan dan menyerahkan kepada pelayan			6	
7	Pelayan mengantarkan makanan kepada pelanggan		7		
8	Pelanggan menikmati makanan	8			
9	Pelanggan datang ke meja kasir untuk membayar	9			
10	Kasir menghitung harga makanan dan memberikan bill pembayaran kepada pelanggan				10
11	Pelanggan menerima bill pembayaran dan membayar harga makanan ke kasir	11			
12	Kasir memberikan struk pembayaran kepada pelanggan				12
13	Pelanggan menerima struk pembayaran dan meninggalkan <i>foodcourt</i>	13			
14	Pelayan membersihkan meja makan		14		

Dari gambaran diatas di usulkan perbaikan, diantaranya yaitu:

1. Pada saat pelanggan datang, pelanggan langsung memilih makanan pada menu makanan yang telah tersedia di meja pelanggan.
2. Setelah pelanggan memilih menu makanan, pelanggan memanggil pelayan untuk memesan makanan yang dimana sebelumnya menu makanan tersedia di meja.

3. Pada saat pelayan mencatat makanan yang di pesan pelanggan maka pelayan langsung menuju juru masak untuk menyediakan makanan yang di pesan pelanggan.
4. Usulan strategi pemasaran *foodcourt* Dago 109 ?

Strategi bauran pemasaran *foodcourt* Dago 109 berdasarkan 7P (*Product, Price, Promotion, Place, Physical Evidence, People, dan Process*) yang dapat dilakukan kepada *foodcourt* Dago 109 untuk meningkatkan penjualannya :

➤ *Product*

- Pihak *foodcourt* Dago 109 harus memprediksi jumlah bahan baku yang digunakan perhari sehingga tidak menimbulkan kelebihan bahan baku, sehingga kualitas bahan baku makanan dan minuman bisa lebih bagus.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 harus menjaga konsistensi rasa makanan dan minuman, sehingga konsumen loyal untuk datang ke *foodcourt* dago 109.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 menyediakan topi dan sarung tangan kepada juru masak dan pelayan sehingga meminimasi hal yang tidak di inginkan serta melakukan *briefing* dalam hal menjaga kebersihan makanan dan minuman sebelum jam kerja *foodcourt* dimulai.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 menambah variasi minuman, sehingga pada saat konsumen memesan minuman, minuman tersedia.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 menyediakan porsi makanan dan minuman yang sesuai dengan harga yang dijual.

➤ *Price*

- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan harga yang sesuai dengan porsi dan kelezatan rasa makanan dan minuman yang disajikan.

- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan potongan harga pada saat *event-event* tertentu agar bisa menarik minat konsumen.

➤ *Promotion*

- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan daya tarik iklan dimedia cetak seperti *Delivery Order* dan pemesanan *Free Ongkir*, agar dapat diketahui dan diingat oleh konsumen.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan daya tarik iklan dimedia sosial seperti promo melalui *Facebook, Twitter*, agar dapat diketahui oleh konsumen.

➤ *Place*

- Pada kasus penelitian ini, untuk atribut *Place* tidak digunakan.

➤ *Physical Evidence*

- Pihak *foodcourt* Dago 109 menjaga kebersihan pada *foodcourt* seperti melakukan kegiatan kebersihan setelah jam tutup *foodcourt*.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 meminta agar juru masak harus selalu menjaga kebersihan peralatan makanan dan minuman supaya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang datang untuk makan dan minum.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 harus menjaga kebersihan toilet supaya selalu tetap bersih dan keran air pada wastafel harus selalu hidup, agar konsumen bisa mencuci tangan pada saat selesai makan.

➤ *People*

- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan sapaan dan senyuman serta bersikap sopan kepada konsumen yang datang ke *foodcourt* Dago 109.
- Pihak *foodcourt* Dago 109, khususnya pelayan pada *foodcourt* harus jujur dalam menentukan jumlah harga yang sesuai

dengan jumlah yang dipesan oleh konsumen dan harga yang selalu konsisten.

- Pihak *foodcourt* Dago 109, khususnya pelayan pada *foodcourt* harus mengetahui informasi dan karakteristik jenis makanan dan minuman yang akan konsumen pesan seperti apa. Sebelumnya pelayan harus dilakukan pelatihan tentang pemahaman deskripsi makanan dan minuman yang sering dipesan di *foodcourt* Dago 109 dan *training* sebagai seorang pelayan dalam memberikan rekomendasi menu apa saja yang sering dipesan di *foodcourt* Dago 109.

➤ *Process*

- Pihak *foodcourt* Dago 109 dalam hal pelayanan harus cepat dan sigap, supaya konsumen tidak bosan menunggu. Dengan menambah jumlah pelayan, akan sangat membantu pelayanan pada *foodcourt* tersebut.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan kemudahan dalam hal pembayaran seperti *Debit card* dan *Credit card*, sehingga konsumen bisa cepat dan mudah melakukan pembayaran.
- Pihak *foodcourt* Dago 109 memberikan *training* kepada pelayan, khususnya pelayan-pelayan yang masih baru.

6.2 Saran

Usulan untuk penelitian lebih lanjut untuk pihak *foodcourt* Dago 109 :

1. Sebaiknya *foodcourt* Dago 109 tetap menjaga faktor-faktor yang menjadi keunggulan dan memperbaiki faktor-faktor yang menjadi kelemahan *foodcourt* Dago 109 sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam persaingan bisnis kuliner.

2. Sebaiknya *foodcourt* Dago 109 belajar dari kelemahan-kelemahan yang dimiliki pihak *foodcourt* Dago 109 dan mempertimbangkan usulan-usulan yang diberikan dalam upaya dalam memperbaiki kelemahan tersebut.
3. Sebaiknya Pihak *foodcourt* Dago 109 melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen pada waktu berkunjung ke *foodcourt* Dago 109.
4. Sebaiknya *foodcourt* Dago 109 melakukan penambahan variasi makanan dan minuman sesuai perilaku konsumen masa kini.
5. Sebaiknya *foodcourt* Dago 109 memberikan penawaran menarik seperti adanya diskon pada *event-event* tertentu.
6. Sebaiknya *foodcourt* Dago 109 menambah jumlah pelayan agar tidak menimbulkan ketidakteraturan pada prosedur pelayanan.

