

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Segmentasi, *targeting*, *positioning* dari *Cawan Kitchen Cafe*:

a) Segmentasi

➤ Demografi

- Jenis kelamin konsumen
- Usia konsumen
- Pekerjaan konsumen

➤ Geografi

- Tempat tinggal konsumen

➤ Psikografis

- Penghasilan per bulan konsumen
- Uang saku per bulan konsumen

➤ Perilaku

- Media Sosial yang sering digunakan konsumen
- Desain interior cafe yang konsumen sukai
- Alunan Musik yang disukai konsumen
- Desain menu makanan cafe yang disukai
- Frekuensi berkunjung ke *Cawan Kitchen Cafe* dalam sebulan
- Informasi mengenai *Cawan Kitchen Cafe* didapat
- Dengan siapa berkunjung ke *Cawan Kitchen Cafe*
- Hari Berkunjung ke *Cawan Kitchen Cafe*
- Jam Kunjungan ke *Cawan Kitchen Cafe*

b) Targeting

- Konsumen yang tinggal di Bandung Utara
- Konsumen berusia 17-23 tahun
- Konsumen yang berstatus mahasiswa
- Konsumen yang suka menggunakan media sosial Instagram
- Konsumen yang menyukai desain modern bagi interior *cafe*
- Konsumen yang menyukai musik pop
- Desain menu makanan *cafe* yang disukai ialah menampilkan foto-foto dari makanan dan minuman yang ditawarkan

c) Positioning

Berdasarkan hasil pengujian dengan metode *Correspondence Analysis* (CA), *Cawan Kitchen Cafe* memiliki keunggulan:

1. Makanan dan Minuman: *Cawan Kitchen* unggul pada penataan, rasa, kebersihan, kehalalan, ketersediaan, kelengkapan bahan perasa.
2. Fasilitas: *Cawan Kitchen* unggul pada kejelasan menu makanan dan harga, fasilitas pembayaran selain tunai, kecukupan jumlah meja dan kursi, kemenarikan interior, kemenarikan eksterior, kelayakan *cafe* dipakai untuk acara/event tertentu.
3. Pelayanan: *Cawan Kitchen* unggul pada kecakapan pelayan *cafe*, keamanan tempat parkir, kerapihan dan kebersihan baju pelayan *cafe*, kecepat-tanggapan pelayan *cafe*, kenyamanan suasana *cafe* (kebisingan).

Berdasarkan hasil pengujian dengan Uji Hipotesis, konsumen puas akan kinerja dari Cawan Kitchen Cafe, yaitu:

1. Penataan makanan dan minuman yang menarik
 2. Jaminan Kehalalan
 3. Kelayakan *cafe* dipakai untuk acara/*event* tertentu
 4. Kesesuaian pajak dengan peraturan pemerintah $\leq 15\%$ (*tax* 10%, *service* 5%)
 5. Kedekatan letak *cafe* dengan jalan raya
 6. Kedekatan lokasi *cafe* dengan akses angkutan umum
 7. Kemudahan menemukan letak *cafe*
 8. Kemenarikan promosi *cafe* melalui media sosial
- Kerapihan dan kebersihan baju seragam pelayan *cafe*

Oleh karena itu, *positioning* usulan bagi Cawan Kitchen *cafe* adalah menjadi *cafe* yang elegan, *modern* dan hemat kantong. Cawan Kitchen *cafe* dapat menambahkan slogan: “*Good Taste, Right Price, Good Place To Hang Out*”

2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Cawan Kitchen Cafe

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode uji hipotesis ketidakpuasan, diperoleh kesimpulan bahwa:

a) Konsumen puas terhadap Cawan Kitchen Cafe terdapat pada:

- Variabel 2 : Penataan makanan dan minuman yang menarik
- Variabel 4 : Jaminan Kehalalan
- Variabel 9 : Kelayakan *cafe* dipakai untuk acara/*event* tertentu
- Variabel 13 : Kesesuaian pajak dengan peraturan pemerintah $\leq 15\%$ (*tax* 10%, *service* 5%)
- Variabel 14 : Kedekatan letak *cafe* dengan jalan raya
- Variabel 15 : Kedekatan lokasi *cafe* dengan akses angkutan umum

- Variabel 16 : Kemudahan menemukan letak *cafe*
- Variabel 17 : Kemenarikan promosi *cafe* melalui media sosial
- Variabel 33 : Kerapihan dan kebersihan baju seragam pelayan *cafe*

b) Konsumen tidak puas terhadap *Cawan Kitchen Cafe* terdapat pada:

- Variabel 1 :Keanekaragaman jenis makanan dan minuman
- Variabel 3 :Rasa makanan dan minuman yang disajikan
- Variabel 5 :Kebersihan makanan dan minuman
- Variabel 6 :Ketersediaan makanan yang ditawarkan di dalam menu
- Variabel 7 :Kelengkapan bahan perasa (contoh : saus, kecap, dll)
- Variabel 8 :Kualitas pesan antar atau *delivery* makanan
- Variabel 10 :Kejelasan nama makanan/menu dengan harganya
- Variabel 11 :Kesesuaian harga dengan kualitas makanan dan minuman
- Variabel 12 :Kesesuaian harga makanan dan minuman dengan porsi yang disajikan
- Variabel 18 :Besarnya diskon untuk pemilik *member card* (contoh: Kartu Tanda Mahasiswa)
- Variabel 19 :Kebersihan *cafe* (meja, kursi, lantai)
- Variabel 20 :Kebersihan *toilet*
- Variabel 21 :Terdapatnya tempat parkir memadai
- Variabel 22 :Keamanan tempat parkir
- Variabel 23 :Kecukupan jumlah meja dan kursi
- Variabel 24 :Kenyamanan suasana *cafe* (kebisingan)
- Variabel 25 :Sirkulasi udara
- Variabel 26 :Kondisi penerangan *cafe*
- Variabel 27 :Kemenarikan Interior *cafe*

- Variabel 28 :Kemenarikan Eksterior *cafe*
- Variabel 29 :Kualitas akses internet gratis
- Variabel 30 :Kecepat-tanggapan pelayan *cafe* dalam mengantarkan menu
- Variabel 31 :Kecakapan pelayan *cafe* dalam menjelaskan informasi menu makanan
- Variabel 32 :Kecepat-tanggapan pelayan *cafe* dalam mengantarkan makanan dan minuman
- Variabel 34 :Kesiapan pelayan *cafe* saat pelanggan membutuhkan
- Variabel 35 :Kemudahan proses pembayaran (contoh : tunai, debit *card*, kredit *card*)
- Variabel 36 :Ketepatan dalam perhitungan harga makanan dan minuman
- Variabel 37 :Kemudahan dalam pemesanan tempat
- Variabel 38 :Kecepatan waktu pemesanan makanan atau minuman

3. Hal-hal atau atribut-atribut yang dipentingkan konsumen dalam memilih *cafe* adalah sebagai berikut:

- **Product**
 1. Keanekaragaman jenis makanan dan minuman
 2. Penataan makanan dan minuman yang menarik
 3. Rasa makanan dan minuman yang disajikan
 4. Jaminan kehalalan
 5. Kebersihan makanan dan minuman
 6. Ketersediaan makanan yang ditawarkan di dalam menu
 7. Kelengkapan bahan perasa (contoh : saus, kecap, dll)
 8. Kualitas pesan antar atau *delivery* makanan
 9. Kelayakan *cafe* dipakai untuk acara/*event* tertentu

➤ **Price**

10. Kejelasan nama makanan/menu dengan harganya
11. Kesesuaian harga dengan kualitas makanan dan minuman
12. Kesesuaian harga makanan dan minuman dengan porsi yang disajikan
13. Kesesuaian pajak dengan peraturan pemerintah $\leq 15\%$ (*tax* 10%, *service* 5%)

➤ **Place**

14. Kedekatan letak *cafe* dengan jalan raya
15. Kedekatan lokasi *cafe* dengan akses angkutan umum
16. Kemudahan menemukan letak *cafe*

➤ **Promotion**

17. Kemenarikan promosi *cafe* melalui media sosial
18. Besarnya diskon untuk pemilik *member card* (contoh: Kartu Tanda Mahasiswa)

➤ **Physical Evidence**

19. Kebersihan *cafe* (meja, kursi, lantai)
20. Kebersihan *toilet*
21. Terdapatnya tempat parkir memadai
22. Keamanan tempat parkir
23. Kecukupan jumlah meja dan kursi
24. Kenyamanan suasana *cafe* (kebisingan)
25. Sirkulasi udara
26. Kondisi penerangan *cafe*
27. Kemenarikan Interior *cafe*
28. Kemenarikan Eksterior *cafe*
29. Kualitas akses internet gratis

➤ **People**

30. Kecepat-tanggapan pelayan *cafe* dalam mengantar menu
31. Kecakapan pelayan *cafe* dalam menjelaskan informasi menu makanan
32. Kecepat-tanggapan pelayan *cafe* dalam mengantar makanan dan minuman
33. Kerapihan dan kebersihan baju seragam pelayan *cafe*
34. Kesiapan pelayan *cafe* saat pelanggan membutuhkan

➤ **Process**

35. Kemudahan proses pembayaran (contoh : tunai, debit *card*, kredit *card*)
36. Ketepatan dalam perhitungan harga makanan dan minuman
37. Kemudahan dalam pemesanan tempat
38. Kecepatan waktu pemesanan makanan atau minuman

4. Posisi Cawan Kitchen Cafe Dibandingkan Pesaing

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode CA, diperoleh kesimpulan bahwa *Cawan Kitchen Cafe*:

a) Unggul, pada:

- Variabel 2 :Penataan makanan dan minuman yang menarik
- Variabel 3 :Rasa makanan dan minuman yang disajikan
- Variabel 4 :Jaminan Kehalalan
- Variabel 5 :Kebersihan makanan dan minuman
- Variabel 6 :Ketersediaan makanan yang ditawarkan di dalam menu
- Variabel 7 :Kelengkapan bahan perasa (contoh : saus, kecap, dll)
- Variabel 9 :Kelayakan *cafe* dipakai untuk acara/event tertentu
- Variabel 10 :Kejelasan nama makanan/menu dengan harganya

- Variabel 13 :Kesesuaian pajak dengan peraturan pemerintah $\leq$ 15% (*tax* 10%, *service* 5%)
- Variabel 14 :Kedekatan letak *cafe* dengan jalan raya
- Variabel 15 :Kedekatan lokasi *cafe* dengan akses angkutan umum
- Variabel 16 :Kemudahan menemukan letak *cafe*
- Variabel 17 :Kemenarikan promosi *cafe* melalui media sosial
- Variabel 18 :Besarnya diskon untuk pemilik *member card* (contoh: Kartu Tanda Mahasiswa)
- Variabel 19 :Kebersihan *cafe* (meja, kursi, lantai)
- Variabel 20 :Kebersihan *toilet*
- Variabel 21 :Terdapatnya tempat parkir memadai
- Variabel 22 :Keamanan tempat parkir
- Variabel 23 :Kecukupan jumlah meja dan kursi
- Variabel 24 :Kenyamanan suasana *cafe* (kebisingan)
- Variabel 25 :Sirkulasi udara
- Variabel 26 :Kondisi penerangan *cafe*
- Variabel 27 :Kemenarikan Interior *cafe*
- Variabel 28 :Kemenarikan Eksterior *cafe*
- Variabel 31 :Kecakapan pelayan *cafe* dalam menjelaskan informasi menu makanan
- Variabel 32 :Kecepat-tanggapan pelayan *cafe* dalam mengantarkan makanan dan minuman
- Variabel 33 : Kerapihan dan kebersihan baju seragam pelayan *cafe*
- Variabel 35 :Kemudahan proses pembayaran (contoh : tunai, *debit card*, *kredit card*)
- Variabel 36 :Ketepatan dalam perhitungan harga makanan dan minuman
- Variabel 37 :Kemudahan dalam pemesanan tempat

- Variabel 38 :Kecepatan waktu pemesanan makanan atau minuman

b) Tertinggal, pada:

- Variabel 1 :Keanekaragaman jenis makanan dan minuman
- Variabel 8 :Kualitas pesan antar atau *delivery* makanan
- Variabel 11 :Kesesuaian harga dengan kualitas makanan dan minuman
- Variabel 12 :Kesesuaian harga makanan dan minuman dengan porsi yang disajikan
- Variabel 20 :Kebersihan *toilet*
- Variabel 29 :Kualitas akses internet gratis
- Variabel 30 :Kecepat-tanggapan pelayan *cafe* dalam mengantar menu
- Variabel 34 :Kesiapan pelayan *cafe* saat pelanggan membutuhkan

5. Usulan bauran pemasaran yang dapat diberikan agar Cawan Kitchen Cafe dapat bersaing dan mencapai target penjualan sehingga omzet meningkat

- a) Usulan fasilitas TV di ruangan kiri bawah
- b) Usulan adanya *live music* di ruangan tengah
- c) Usulan meningkatkan interior *cafe* yang berada di kiri bawah
- d) Usulan perbaikan *toilet* menjadi lebih bersih, wangi dan lengkap
- e) Usulan media promosi melalui iklan di koran Pikiran Rakyat, radio, brosur yang menarik dan lebih ke arah *trend* remaja
- f) Usulan membuat menu makanan unggulan dengan harga Rp 20.000,00 – Rp 28.000,00
- g) Usulan memperbanyak keanekaragaman jenis makanan dan minuman seperti cemilan pisang goreng keju
- h) Usulan menetapkan standarisasi makanan dan minuman

- i) Usulan menambah tanda penanda *cafe* yang lebih tinggi lagi agar konsumen yang datang dari kejauhan bisa jelas melihat lebih jelas letak *cafe*
- j) Usulan menambah pendingin ruangan yaitu kipas angin
- k) Usulan untuk merekrut satpam untuk menjaga keamanan parkir dan *cafe*
- l) Usulan menjaga *timing* dalam penyajian makanan sehingga konsumen tidak akan menunggu
- m) Usulan meningkatkan *eksterior cafe* dengan mengecat kembali *cafe* dengan warna yang cerah agar lebih *modern* dan *elegant*
- n) Usulan menjalin kerja sama dengan Bank BCA dan Mandiri untuk membeli promo atau diskon dengan memakai kartu kredit tertentu.
- o) Usulan menjalin kerja sama dengan beberapa kampus di Bandung untuk mengadakan bazaar di kampus dan pemberian diskon bagi mahasiswa pada *weekdays*.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Melakukan analisa SWOT kepada pemilik Cawan Kitchen Cafe untuk pertimbangan strategi angka panjang.
2. Melakukan penyebaran kuesioner penelitian 50 % di Cawan Kitchen Cafe dan 50 % di Cabe Rawit Cafe.