

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis, maka diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian yang diperoleh :

1. Hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jasa rumah makan adalah:

- Keanekaragaman jenis makanan
- Tampilan makanan
- Aroma makanan
- Kelezatan makanan
- Kebersihan makanan
- Ukuran porsi makanan
- Kesegaran bahan makanan
- Aroma makanan
- Keanekaragaman makanan pendukung (sambal, saos, kecap, dll)
- Keanekaragaman jenis minuman
- Tampilan minuman
- Kesegaran bahan minuman
- Kelezatan minuman
- Kesesuaian antara harga dengan makanan yang ditawarkan
- Harga lebih murah dibanding pesaing
- Kemudahan lokasi rumah makan ditemukan (terletak di pinggir jalan raya)
- Kemudahakan lokasi rumah makan dijangkau (dilalui oleh angkutan umum)
- Kemenarikan papan nama rumah makan

- Kemenarikan promosi melalui sosial media (Instagram, Line, Facebook, BBM, dll)
- Frekuensi *discount* (rumah makan melakukan *discount* pada periode tertentu)
- Kemenarikan besar *discount*
- Keramahan karyawan
- Kerapian karyawan
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Pengetahuan karyawan terhadap menu makanan & minuman
- Kemampuan komunikasi karyawan saat melayani konsumen
- Kecepatan penyajian makanan
- Kecepatan proses pembayaran
- Kejelasan nota pembelian
- Ketepatan dalam perhitungan harga
- Ketepatan dalam memberikan pengembalian
- Variasi pilihan cara pembayaran (tunai, debit, kredit, dll)
- Kemudahan mendapatkan tempat parkir
- Kualitas penerangan / pencahayaan rumah makan
- Kemenarikan warna interior rumah makan
- Kelancaran sirkulasi udara rumah makan
- Kebersihan rumah makan
- Kenyamanan meja
- Kenyamanan kursi
- Kemenarikan desain menu
- Kelengkapan peralatan makan (sendok, garpu, gelas, piring, dll)
- Kebersihan peralatan makan
- Kebersihan toilet
- Kecepatan wifi

2. Keunggulan dan kelemahan dari Rumah Makan Sarasa dibandingkan dengan pesaing adalah :

a. Variabel Keunggulan Rumah Makan Sarasa

- Ukuran porsi makanan
- Kesegaran bahan makanan
- Kesegaran bahan minuman
- Kesesuaian antara harga dengan makanan yang ditawarkan
- Harga lebih murah dibanding pesaing
- Kemudahan lokasi rumah makan ditemukan (terletak di pinggir jalan raya)
- Kecepatan penyajian makanan
- Ketepatan dalam perhitungan harga
- Ketepatan dalam memberikan pengembalian
- Kemenarikan warna interior rumah makan
- Kebersihan toilet

b. Variabel Kelemahan Rumah Makan Sarasa

- Keanekaragaman jenis makanan
- Tampilan makanan
- Kebersihan makanan
- Keanekaragaman makanan pendukung (sambal, saos, kecap dll)
- Keanekaragaman jenis minuman
- Tampilan minuman
- Kemudahan lokasi rumah makan dijangkau (dilalui oleh angkutan umum)
- Kemenarikan besar Discount
- Kerapian karyawan
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Kemampuan komunikasi karyawan saat melayani konsumen
- Kecepatan proses pembayaran
- Kejelasan nota pembelian

- Kemudahan mendapatkan tempat parkir
  - Kualitas penerangan / pencahayaan rumah makan
  - Kelancaran sirkulasi udara rumah makan
  - Kebersihan rumah makan
  - Kenyamanan meja
  - Kenyamanan kursi
  - Kemenarikan desain menu
  - Kelengkapan peralatan makan (sendok, garpu, gelas, piring, dll)
  - Aroma makanan
  - Kelezatan makanan
  - Aroma minuman
  - Kelezatan minuman
  - Kemenarikan papan nama rumah makan
  - Frekuensi Discount (rumah makan melakukan Discount pada periode tertentu)
  - Keramahan karyawan
  - Pengetahuan karyawan terhadap menu makanan & minuman
  - Variasi pilihan cara pembayaran (tunai, debit, kredit, dll)
  - Kebersihan peralatan makan
3. Kinerja layanan jasa rumah makan dibandingkan dengan tingkat kepentingannya.
- Kuadran 2 (*Maintain Performance*)  
Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
    - Kelezatan makanan
    - Keanekaragaman jenis minuman
    - Kesegaran bahan minuman
    - Kelezatan minuman
    - Kesesuaian antara harga dengan makanan yang ditawarkan
    - Keramahan karyawan
    - Kerapian karyawan

- Kejelasan nota pembelian
- Kualitas penerangan / pencahayaan rumah makan
- Kelengkapan peralatan makan (sendok, garpu, gelas, piring, dll)
- **Kuadran 1 (*Focus Improvement Effort Here*)**  
Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
  - Kebersihan makanan
  - Tampilan minuman
  - Harga lebih murah dibanding pesaing
  - Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
  - Pengetahuan karyawan terhadap menu makanan & minuman
  - Kemampuan komunikasi karyawan saat melayani konsumen
  - Kecepatan penyajian makanan
  - Kecepatan proses pembayaran
  - Ketepatan dalam perhitungan harga
  - Ketepatan dalam memberikan pengembalian
  - Kemudahan mendapatkan tempat parkir
  - Kebersihan rumah makan
  - Kenyamanan meja
  - Kenyamanan kursi
  - Kebersihan peralatan makan
  - Kebersihan toilet
- **Kuadran 3 (*Medium-Low Priority*)**  
Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
  - Keanekaragaman jenis makanan
  - Tampilan makanan
  - Aroma makanan
  - Keanekaragaman makanan pendukung (sambal, saos, kecap dll)
  - Aroma minuman
  - Kemenarikan papan nama rumah makan
  - Frekuensi Discount (rumah makan melakukan Discount pada periode tertentu)

- Kemenarikan besar Discount
- Variasi pilihan cara pembayaran (tunai, debit, kredit, dll)
- Kemenarikan desain menu
- Kuadran 4 (*Reduce Emphasis*)  
Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
  - Ukuran porsi makanan
  - Kesegaran bahan makanan
  - Kemudahan lokasi rumah makan ditemukan (terletak di pinggir jalan raya)
  - Kemudahan lokasi rumah makan dijangkau (dilalui oleh angkutan umum)
  - Kemenarikan warna interior rumah makan
  - Kelancaran sirkulasi udara rumah makan
- 4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Sarasa dirasa belum memuaskan. Dibawah ini merupakan variabel yang menurut konsumen belum puas.
  - Keanekaragaman jenis makanan
  - Aroma makanan
  - Kelezatan makanan
  - Kebersihan makanan
  - Kesegaran bahan makanan
  - Keanekaragaman makanan pendukung (sambal, saos, kecap dll)
  - Keanekaragaman jenis minuman
  - Tampilan minuman
  - Kesegaran bahan minuman
  - Aroma minuman
  - Kelezatan minuman
  - Kesesuaian antara harga dengan makanan yang ditawarkan
  - Harga lebih murah dibanding pesaing
  - Kemenarikan papan nama rumah makan

- Frekuensi Discount (rumah makan melakukan Discount pada periode tertentu)
- Kemenarikan besar Discount
- Keramahan karyawan
- Kerapian karyawan
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Pengetahuan karyawan terhadap menu makanan & minuman
- Kemampuan komunikasi karyawan saat melayani konsumen
- Kecepatan penyajian makanan
- Kecepatan proses pembayaran
- Kejelasan nota pembelian
- Ketepatan dalam perhitungan harga
- Ketepatan dalam memberikan pengembalian
- Variasi pilihan cara pembayaran (tunai, debit, kredit, dll)
- Kemudahan mendapatkan tempat parkir
- Kualitas penerangan / pencahayaan rumah makan
- Kelancaran sirkulasi udara rumah makan
- Kebersihan rumah makan
- Kenyamanan meja
- Kenyamanan kursi
- Kemenarikan desain menu
- Kelengkapan peralatan makan (sendok, garpu, gelas, piring, dll)
- Kebersihan peralatan makan
- Kebersihan toilet

Dibawah ini merupakan variabel yang menurut konsumen puas.

- Tampilan makanan
- Ukuran porsi makanan
- Kemudahan lokasi rumah makan ditemukan (terletak di pinggir jalan)

- Kemudahan lokasi rumah makan dijangkau (dilalui oleh angkutan umum)
- Kemeranian warna interior rumah makan

5. Berikut ini adalah *segmentation*, *targeting* dan *positioning* yang dilakukan dan diusulkan di Rumah Makan Sarasa.

a. *Segmentation*

- Segmentasi berdasarkan geografis:
  - Tempat tinggal/wilayah
- Segmentasi berdasarkan demografis:
  - Usia
  - Pekerjaan
- Segmentasi berdasarkan psikologis:
  - Tujuan ke Rumah Makan Sarasa
  - Harapan saat datang ke Rumah Makan Sarasa
  - Makanan favorit
  - Pengeluaran makan
  - Alasan utama memilih Rumah Makan Sarasa
- Segmentasi berdasarkan perilaku:
  - Sering datang ke Rumah Makan Sarasa bersama
  - Penentuan Rumah Makan Gaul
  - Hari kunjungan ke Rumah Makan Gaul
  - Jam datang ke Rumah Makan Gaul
  - Waktu yang dibutuhkan untuk makan
  - Pengetahuan keberadaan Rumah Makan Sarasa
  - Frekuensi makan di Rumah Makan Sarasa dalam sebulan
  - Faktor yang membatalkan makan
  - Seberapa sering faktor yang membatalkan makan
  - Media sosial dan surat kabar yang sering digunakan



b. *Targeting*

*Targeting* dari Rumah Makan Sarasa yaitu :

- Usia : 25 – 40 tahun
- Pekerjaan : Pegawai Swasta
- Tempat tinggal di Kecamatan Garut Kota
- Tujuan datang hanya untuk makan
- Menu favorit : Mie Baso Sapi
- Alasan memilih Rumah Makan Sarasa karena dekat dengan lokasi tempat tinggal
- Seringkali datang bersama keluarga
- Penentu lokasi makan adalah diri sendiri dan keluarga
- Jam datang : malam hari (18.00 – 22.00)
- Hari kunjungan : Senin – Jumat (*weekday*)
- Lama waktu kunjungan 30 – 60 menit
- Mengetahui Rumah Makan Sarasa karena lokasi yang terlihat
- Frekuensi Makan di Rumah Makan Sarasa 1 – 2 kali per bulan
- Media social yang sering digunakan : *Whatsapp* dan *Facebook*
- Surat Kabar yang sering digunakan : *Pikiran Rakyat*

c. *Positioning*

Target pasar dari Rumah Makan Sarasa adalah orang yang berusia matang yaitu 25 – 60 tahun, dan menjadikan menu mie bakso sebagai menu favorit mereka ketika datang di Rumah Makan Sarasa. Selain itu penentuan *positioning* yaitu dengan melihat keunggulan-keunggulan Rumah Makan Sarasa diantaranya cepatnya proses pembelian dan ukuran porsi makanan yang lebih banyak. Dengan melihat kelebihan Rumah Makan Sarasa maka slogan yang dapat dipakai untuk Rumah Makan Sarasa adalah “Sarasa, enak mie basonya, besar porsinya, cepat pelayanannya”. Diharapkan dengan memberikan slogan ini dapat memberi dampak dan kesan positif bagi Rumah Makan Sarasa dan menarik konsumen.

6. Upaya dan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada Rumah Makan Sarasa agar dapat mengungguli Rumah Makan lainnya dan meningkatkan penjualan adalah sebagai berikut :

- Menambah kualitas dari makanan dan minuman dengan memperbaiki cita rasa, aroma, tampilan, proses memasak, dan bahan makanan, serta mengadakan menu-menu makanan dan minuman yang lebih beraneka ragam. Rumah Makan Sarasa juga sebaiknya menambah jumlah daging dan mengadakan sayur pada menu makanannya untuk memenuhi gizi harian keluarga. Rumah Makan Sarasa juga mengadakan resep dengan detail dengan takaran bahan makanan dan waktu masak yang jelas untuk standar pembuatan setiap menu.
- Menetapkan standar bagi pelayanan dalam menyambut dan melayani konsumen dari awal konsumen datang sampai konsumen selesai melakukan transaksi. Serta dengan mengadakan seragam kerja bagi setiap pelayan.
- Melakukan diskon atau potongan harga pada periode tertentu terutama pada saat bulan Rumah Makan Sarasa didirikan, atau promosi dengan meminta pengunjung meng-*upload* mengenai Rumah Makan Sarasa di media sosial yang dimiliki konsumen.
- Mengurangi harga untuk setiap menu Rp 5.000,00 – Rp 20.000,00.
- Membuat papan nama Rumah Makan Sarasa yang baru dan menampilkan tampilan menu favorit di Rumah Makan Sarasa serta menambahkan lampu pada papan nama tersebut.
- Peralatan makan seperti sendok, garpu, dan sumpit diletakan di atas setiap meja pelanggan.
- Menambah kualitas pelayanan dalam hal pembayaran dengan mengadakan mesin kasir dan mesin pembayaran non tunai atau EDC untuk mempermudah, mempercepat, dan mempermudah transaksi, serta mengingat pengeluaran konsumen dalam satu kali transaksi cukup besar. Memberikan nota pembelian kepada setiap konsumen setelah melakukan transaksi.

- Memberikan petunjuk untuk pengunjung menggunakan lahan parkir di sepanjang 100 m dekat rumah makan dan terutama di sebrang rumah makan.
- Pada daftar menu ditambahkan gambar visual dari menu-menu makanan dan minuman.
- Menggunakan masker penutup kepala bagi karyawan.
- Memperbaiki kenyamanan meja dan kursi dengan mengurangi jumlah kursi pada satu meja untuk menambah ruang gerak bagi konsumen dan Rumah Makan Sarasa tidak menggunakan kursi plastik tanpa sandaran kembali.
- Menggunakan lampu berwarna kuning untuk membantu penerangan di malam maupun siang hari dan menambah nuansa hangat serta menambah nafsu makan konsumen.
- Meletakkan bagian memasak tidak pada bagian depan restoran untuk menjaga kualitas kebersihan makanan dan rumah makan, serta selain itu untuk memperbaiki kualitas penerangan. Rumah Makan mengadakan *exhaust fan* untuk memperlancar sirkulasi udara dan mengoperasikan kipas angin plafon yang telah ada.
- Memberikan penomoran pada meja dan mengadakan pencatatan setiap menu dan jumlah pesanan berdasarkan nomor meja untuk mempermudah dan mempercepat pelayan dalam membuat makanan, penyajian makanan, serta mempermudah dan mempertepat dalam perhitungan pembayaran.
- Mengadakan himbauan berupa *sticker* agar konsumen turut menjaga kebersihan toilet.
- Menggunakan media sosial sebagai media pemasaran yang cocok untuk menyebarkan informasi kepada pasar. Media sosial yang sekiranya diusulkan untuk saat ini adalah Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Line. Cantumkan alamat jelas, testimoni, foto-foto tampilan makanan dan minuman serta rumah makan, dan informasi mengenai adanya promosi.

- Pengadaan jasa *delivery* dengan media pemesanan melalui telepon, meda sosial : Whatsapp dan Line, atau dengan menggunakan jasa pada aplikasi ojek online di Kabupaten Garut.
- Pengadaan *wifi* yang dapat diakses bagi konsumen karena dinilai penting oleh konsumen dan memmudahkan rumah makan dalam melakukan promosi melalui media sosial.

## 6.2. Saran

Adapun saran yang diajukan untuk mengembangkan penelitian ini adalah

- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya melihat loyalitas dari konsumen, karena Rumah Makan Sarasa telah berdiri sejak tahu 1963.
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya memperhatikan *brand equity* dari Rumah Makan Sarasa.
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya memperhatikan 5 GAP / kesenjangan dalam pemasaran jasa di Rumah Makan Sarasa.
- Sebaiknya selanjutnya penelitian pada produk Rumah Makan Sarasa dan pesaing dikembangkan lebih spesifik, yaitu berdasarkan jenis makanan antara mie dan Chinese Food, sehingga terlihat kekurangan produk antara mie atau Chinese Food yang mengalami penurunan penjualan.
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya diteliti lebih jauh mengenai profil responden, untuk mengetahui perilaku konsumen luar Kota Garut sebagai pasar potensial.