

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Ciwa Café yang didapatkan dari hasil kuesioner pendahuluan (penting dan tidak penting) yaitu sebagai berikut:
 - a. Penting
 - Keanekaragaman jenis makanan
 - Keanekaragaman jenis minuman
 - Tingkat kesegaran bahan baku pada makanan dan minuman
 - Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan
 - Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan
 - Konsistensi rasa makanan yang disajikan
 - Konsistensi rasa minuman yang disajikan
 - Tingkat kematangan pada makanan
 - Kualitas rasa pada makanan
 - Kualitas rasa pada minuman
 - Kualitas rasa pada kopi
 - Pilihan jenis kopi yang tersedia
 - Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap porsinya
 - Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap kualitasnya
 - Kemurahan harga jika dibandingkan dengan kompetitor
 - Potongan harga pada paket makanan/ minuman tertentu
 - Potongan harga pada event-event tertentu
 - Letak café yang mudah dijangkau oleh konsumen

- Kejelasan petunjuk jalan menuju café
- Frekuensi promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll)
- Kemenarikan promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll)
- Kesesuaian promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll) dengan kenyataannya
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen
- Keramahan karyawan
- Kerapihan karyawan
- Kebersihan pakaian pada karyawan
- Kecakapan karyawan dalam berkomunikasi kepada konsumen
- Pengetahuan karyawan tentang menu di café
- Kecepatan penyajian makanan dan minuman
- Proses transaksi pembayaran yang cepat
- Ketepatan dalam melakukan perhitungan harga
- Ketepatan dalam memberikan kembalian (cash)
- Proses pembayaran yang fleksibel (cash, debit, kredit)
- Kemudahan dalam mengakses koneksi Wifi (jaringan internet)
- Kecepatan jaringan wifi
- Kestabilan koneksi internet
- Kapasitas tempat café yang luas
- Kebersihan café
- Kerapihan café
- Kebersihan alat-alat makanan dan minuman
- Kebersihan fasilitas café (toilet, ruang karaoke dll)
- Kemenarikan interior ruangan café
- Tingkat kenyamanan ruangan café
- Kualitas pencahayaan ruangan café
- Kenyamanan kursi dan meja yang digunakan

- Kelengkapan fasilitas dan alat permainan yang disediakan (ATM, tv, catur, dll)
 - Kerapatan dinding/ tembok pemisah antara ruang smoking dengan ruang non-smoking
 - Kesejukan ruangan non-smoking
 - Kecukupan terminal listrik di café
- b. Tidak Penting
- Lokasi café mudah dilalui oleh kendaraan umum
 - Kejelasan papan nama dari café
 - Frekuensi promosi produk melalui media cetak (Brosur, koran, dll)
 - Kemerdekaan promosi produk melalui media cetak (Brosur, koran, dll)
 - Kesesuaian promosi produk melalui media cetak (Brosur, koran, dll) dengan kenyataannya
2. *Segmentation, Targeting, Positioning* dari Ciwa Café
- a. *Segmentation*
- Segmentasi berdasarkan geografis
 - Tempat tinggal
 - Segmentasi berdasarkan demografis
 - Usia
 - Pekerjaan/ profesi
 - Pengeluaran per orang
 - Segmentasi berdasarkan psikologis
 - Tujuan datang ke Ciwa Café
 - Makanan favorit anda yang dijual di Ciwa Café
 - Makanan yang sering anda beli di Ciwa Café
 - Minuman favorit anda yang dijual di Ciwa Café
 - Minuman yang sering anda beli di Ciwa Café
 - Alasan utama pemilihan Ciwa Café

- Segmentasi berdasarkan perilaku
 - Pengetahuan tentang keberadaan Ciwa Café
 - Pengeluaran yang dikeluarkan ketika datang ke Ciwa Café
 - Datang ke Ciwa Café bersama
 - Seberapa sering datang ke Ciwa Café bersama mereka
 - Hari kunjungan anda ke Ciwa Café
 - Jam Datang ke Ciwa Café
 - Waktu yang dibutuhkan di Ciwa Café
- b. *Targeting*
 - Konsumen berjenis Kelamin Laki-laki (72%)
 - Berusia 23 Tahun < Tahun ≤ 28 Tahun (38%)
 - Pekerjaan Mahasiswa/I (42%)
 - Lokasi Tempat di Pondok Cilegon Indah (48%)
 - Uang makan mahasiswa/i dalam sebulan adalah Rp. 1.000.000 < Uang Makan ≤ Rp 1.500.000 (31%)
 - Pengeluaran per orang mahasiswa/I adalah Rp. 20.000 < Pengeluaran ≤ Rp 50.000 (41%)
 - Tujuan ke Ciwa Café untuk Makan/ Minum di tempat Ciwa Café (48%)
 - Jenis makanan yang sering dibeli di Ciwa Café adalah Makanan Berat (Aneka Nasi Goreng, Aneka Nasi Ayam dll) (35%)
 - Jenis minuman yang sering dibeli di Ciwa Café adalah *Smoothie* (Ciwa Taro, Ciwa *Peppermint* dll) (42%)
- c. *Positioning*

Dari target target Ciwa Café yang telah dilakukan dan melihat keunggulan Ciwa Café dibandingkan dengan pesaing café lainnya, dapat diberikan *positioning* bahwa tersedianya makanan dan minum yang beraneka ragam (banyak pilihan) dan konsumen merasa puas dengan jenis makanan dan minuman yang beraneka ragam. Ciwa Café juga dapat menjadikan tempat yang baik untuk mahasiswa agar nyaman dalam makan/minum baik dari segi ruangan maupun kursi

dan meja yang digunakan, serta desain interior yang baik membuat konsumen nyaman di Ciwa Café. Selain itu Ciwa Café menawarkan alat permainan yang membuat konsumen nyaman dan dapat bermain dengan teman-teman dan juga tidak membuat bosan ketika menunggu pesanan di Ciwa Café. Agar *positioning* Ciwa Café semakin kokoh melekat dan diingat dalam ingatan para konsumennya, Ciwa Café dapat merancang sebuah slogan “Suasana Nyaman dan Tidak Membosankan, Makanan/ Minuman Banyak Pilihan”.

3. Keunggulan dan Kelemahan dari Ciwa Café dibandingkan dengan pesaing (Campina Café), yaitu sebagai berikut:
 - a. Keunggulan
 - Keanekaragaman jenis makanan
 - Keanekaragaman jenis minuman
 - Tingkat kesegaran bahan baku pada makanan dan minuman
 - Konsistensi rasa makanan yang disajikan
 - Konsistensi rasa minuman yang disajikan
 - Tingkat kematangan pada makanan
 - Kualitas rasa pada makanan
 - Kualitas rasa pada minuman
 - Kualitas rasa pada kopi
 - Pilihan jenis kopi yang tersedia
 - Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap kualitasnya
 - Letak café yang mudah dijangkau oleh konsumen
 - Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
 - Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen
 - Keramahan karyawan
 - Kerapihan karyawan
 - Kebersihan pakaian pada karyawan
 - Kecakapan karyawan dalam berkomunikasi kepada konsumen

- Pengetahuan karyawan tentang menu di café
 - Proses transaksi pembayaran yang cepat
 - Ketepatan dalam melakukan perhitungan harga
 - Ketepatan dalam memberikan kembalian (cash)
 - Proses pembayaran yang fleksibel (cash, debit, kredit)
 - Kemudahan dalam mengakses koneksi Wifi (jaringan internet)
 - Kestabilan koneksi internet
 - Kebersihan café
 - Kerapihan café
 - Kebersihan alat-alat makanan dan minuman
 - Kebersihan fasilitas café (toilet, ruang karaoke dll)
 - Kemenarikan interior ruangan café
 - Tingkat kenyamanan ruangan café
 - Kenyamanan kursi dan meja yang digunakan
 - Kelengkapan fasilitas dan alat permainan yang disediakan (ATM, tv, catur, dll)
 - Kerapatan dinding/ tembok pemisah antara ruang smoking dengan ruang non-smoking
 - Kecukupan terminal listrik di café
- b. Kelemahan
- Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan
 - Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan
 - Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap porsinya
 - Kemurahan harga jika dibandingkan dengan kompetitor
 - Potongan harga pada paket makanan/ minuman tertentu
 - Potongan harga pada event-event tertentu
 - Kejelasan petunjuk jalan menuju café
 - Frekuensi promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll)

- Kemerarikan promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll)
 - Kesesuaian promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll) dengan kenyataannya
 - Kecepatan penyajian makanan dan minuman
 - Kecepatan jaringan wifi
 - Kapasitas tempat café yang luas
 - Kualitas pencahayaan ruangan café
 - Kesejukan ruangan non-smoking
4. Hasil kinerja rata-rata Ciwa Café sebesar 3.536 yang dapat dikatakan kinerja Ciwa Café baik. Akan tetapi terdapat nilai kinerja dibawah nilai rata-rata keseluruhan sebanyak 15 variabel dan 35 variabel diatas nilai keseluruhan. Oleh karena itu kinerja Ciwa harus dipertahankan ketika sudah diatas nilai rata-rata keseluruhan dan diatas nilai kepentingan, serta kinerja Ciwa Café harus diperbaiki ketika dibawah dari nilai kinerja rata-rata keseluruhan untuk memenuhi nilai kepentingan konsumen yang tinggi.
5. Variabel – variabel yang dinilai oleh konsumen memuaskan dan tidak memuaskan dari Ciwa Café :
- a. Variabel yang memuaskan konsumen
 - Keanekaragaman jenis makanan
 - Keanekaragaman jenis minuman
 - Tingkat kesegaran bahan baku pada makanan dan minuman
 - Konsistensi rasa minuman yang disajikan
 - Tingkat kematangan pada makanan
 - Kualitas rasa pada makanan
 - Kualitas rasa pada minuman
 - Kualitas rasa pada kopi
 - Pilihan jenis kopi yang tersedia

- Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap kualitasnya
- Kemurahan harga jika dibandingkan dengan kompetitor
- Letak café yang mudah dijangkau oleh konsumen
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen
- Keramahan karyawan
- Kerapihan karyawan
- Kebersihan pakaian pada karyawan
- Pengetahuan karyawan tentang menu di café
- Proses transaksi pembayaran yang cepat
- Ketepatan dalam melakukan perhitungan harga
- Ketepatan dalam memberikan kembalian (cash)
- Proses pembayaran yang fleksibel (cash, debit, kredit)
- Kemudahan dalam mengakses koneksi Wifi (jaringan internet)
- Kecepatan jaringan wifi
- Kestabilan koneksi internet
- Kapasitas tempat café yang luas
- Kebersihan café
- Kerapihan café
- Kebersihan alat-alat makanan dan minuman
- Kebersihan fasilitas café (toilet, ruang karaoke dll)
- Kemenarikan interior ruangan café
- Tingkat kenyamanan ruangan café
- Kualitas pencahayaan ruangan café
- Kenyamanan kursi dan meja yang digunakan
- Kelengkapan fasilitas dan alat permainan yang disediakan (ATM, tv, catur, dll)
- Kerapatan dinding/ tembok pemisah antara ruang smoking dengan ruang non-smoking

- Kesejukan ruangan non-smoking
 - Kecukupan terminal listrik di café
- b. Variabel yang tidak memuaskan konsumen
- Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan
 - Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan
 - Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap porsinya
 - Kemurahan harga jika dibandingkan dengan kompetitor
 - Potongan harga pada paket makanan/ minuman tertentu
 - Potongan harga pada event-event tertentu
 - Frekuensi promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll)
 - Kemerikatan promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll)
 - Kesesuaian promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll) dengan kenyataannya
 - Kecakapan karyawan dalam berkomunikasi kepada konsumen
 - Kecepatan penyajian makanan dan minuman
6. Upaya-upaya strategi pemasaran yang dapat dilakukan kepada Ciwa Café untuk meningkatkan omzetnya khusus untuk variabel Kuadran I dan Kuadran III yang harus memperbaiki kinerja Ciwa Café dan variabel yang memiliki kriteria tidak puas , yaitu sebagai berikut:
- 1) Kesesuaian promosi produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, Line, dll) dengan kenyataannya
Usulan: mempromosikan produk sesuai dengan kenyataannya, baik dari jenis makanan/minuman, harga dll yang di tawarkan oleh pihak Ciwa Cafe.
 - 2) Kecepatan penyajian makanan dan minuman
Usulan: membuat pelatihan kepada koki dalam kecepatan membuat makanan/minuman agar lebih terlatih. Selain itu ketika dalam merekrut koki harus mempunyai standar kecepatan dalam

membuat makanan/ minuman. Usulan lain yaitu makanan dan minuman yang sudah selesai diolah dan siap saji sebaiknya langsung diantarkan kepada konsumen.

- 3) Kemeriahan promosi produk melalui media sosial (*Instagram, Facebook, Line*, dll)

Usulan: membuat suatu promosi lebih menarik seperti memberikan gambar/warna yang menarik, mengatur tampilan dll di media sosial agar konsumen tertarik untuk datang ke Ciwa Café dan membeli sebuah produk yang ditawarkan.

- 4) Frekuensi promosi produk melalui media sosial (*Instagram, Facebook, Line*, dll)

Usulan: melakukan promosi produk di media sosial sebanyak 1-2 kali/minggu agar konsumen dapat mengetahui informasi tentang Ciwa Café.

- 5) Kesesuaian harga makanan/ minuman yang ditawarkan terhadap porsinya

Usulan: menawarkan harga yang sesuai dengan porsi/ kuantitas makanan/ minuman tersebut sesuai dengan targetnya mahasiswa/i

- 6) Potongan harga pada paket makanan/ minuman tertentu

Usulan: menawarkan atau mengadakan promo/ potongan harga pada paket makanan/ minuman seperti menggabungkan pembelian makanan dan minuman dengan potongan 10% dari harga normal. tertentu sehingga konsumen dapat membeli makanan/minuman di Ciwa Café.

- 7) Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan

Usulan: memberikan tambahan porsi pada setiap makanan yang di menu Ciwa Café dikarenakan mahasiswa/i menginginkan porsi makanan/ minuman dengan jumlah yang banyak.

8) Potongan harga pada *event-event* tertentu

Usulan: mengadakan promo/ potongan harga pada *event-event* tertentu seperti hari raya lebaran, natal, tahun baru dll agar dapat menarik konsumen untuk datang dan membeli makanan/ minuman di Ciwa Café.

9) Kemurahan harga jika dibandingkan dengan kompetitor

Usulan: menurunkan dan memberikan harga yang seimbang dengan uang makan mahasiswa/i sebagai target pasar Ciwa Café.

10) Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan

Usulan: memberikan tambahan porsi pada setiap minuman yang di menu Ciwa Café Hal tersebut dilihat dari target Ciwa Café yaitu mahasiswa/i yang menginginkan porsi minuman yang besar/ banyak.

11) Kejelasan petunjuk jalan menuju café

Usulan: memperbaiki petunjuk/ papan arah di Cilegon Business Square menuju ke Ciwa Café agar memudahkan konsumen menemukan lokasi Ciwa Café.

12) Keanekaragaman jenis makanan

Usulan: mempertahankan menu makanan yang sudah ada dan menambah variasi makanan agar konsumen tidak bosan dengan menu makanan yang ada.

13) Keanekaragaman jenis minuman

Usulan: mempertahankan menu minuman yang sudah ada dan menambah variasi minuman agar konsumen tidak bosan dengan menu minuman yang ada.

14) Kecakapan karyawan dalam berkomunikasi kepada konsumen

Usulan: memberikan pelatihan dan aturan berbicara yang baik kepada konsumen agar karyawan dapat percaya diri dan mampu berbicara dengan baik (cakap) kepada konsumen. Pelatihan dilakukan 1/ minggu sekali dalam waktu 3 bulan.

6.2 Saran

Saran yang diberikan bertujuan untuk menjadi pertimbangan Ciwa Café dan penelitian lebih lanjut agar lebih baik, yaitu:

- Sebaiknya dari pihak Ciwa Café dapat menerapkan usulan-usulan yang diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk meningkatkan omzet pada Ciwa Café.
- Menambahkan jumlah variabel yang belum diteliti dan jumlah responden agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

