

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

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

1. Hal-Hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Rumah Makan :

Product :

Produk yang konsumen inginkan untuk bisa memenuhi kebutuhannya dalam hal ini adalah makanan.

- Banyaknya pilihan menu yang lengkap. (ayam, ikan, ati dan ampela, kulit, usus goreng dll)
- Banyaknya variasi atau jenis olahan masakan yang tersedia. (digoreng, dibakar dll)
- Banyaknya variasi sambal yang disajikan. (sambal terasi, kecap, mangga dll)
- Banyaknya porsi nasi yang diberikan.
- Kehangatan nasi saat disajikan.
- Kelengkapan lalapan yang disajikan. (kol, selada, timun dll)
- Kesegaran lalapan yang disajikan. (kol, selada, timun dll)
- Kebersihan makanan saat disajikan.
- Banyaknya variasi jenis minuman yang tersedia. (teh, jus, soda dll)
- Tingkat kematangan daging setelah diolah.
- Komposisi rasa makanan setelah diolah. (asin, gurih dll)

Price :

Harga yang ditawarkan ke konsumen.

- Harga yang sebanding dengan kualitas makanan yang diberikan.
- Harga yang lebih murah dari rumah makan kompetitor.

Place :

Letak lokasi dimana rumah makan tersebut berada.

- Kemudahan dalam menjangkau lokasi rumah makan dari area pertokoan, perkantoran dan pusat perbelanjaan.
- Papan nama rumah makan yang mudah dilihat.

Promotion :

Cara yang dilakukan oleh pihak rumah makan untuk menarik perhatian konsumen kepada produk yang ditawarkan oleh pihak rumah makan itu sendiri.

- Kejelasan mengenai informasi promosi yang sedang ditawarkan.
- Kejelasan lamanya waktu promosi yang sedang berlaku.
- Kejelasan mengenai syarat discount yang sedang berlaku.
- Kejelasan menu discount yang ditawarkan.
- Menariknya informasi promosi yang ditawarkan.
- Frekuensi promosi yang ditawarkan.

People :

Sekelompok orang yang ditugaskan untuk melayani konsumen yang datang agar dapat terlayani dengan baik.

- Kemampuan pelayan untuk berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen.
- Kesopanan pelayan dalam melayani konsumen.
- Kerapihan pelayan dalam berpenampilan.
- Kecepatan pelayan dalam menanggapi permintaan konsumen.
- Kemampuan pelayan untuk menjelaskan menu.

Process :

Interaksi yang terjadi antara penjual dan konsumen dalam menyediakan produk yang ditawarkan.

- Kecepatan waktu makanan dan minuman datang dari saat konsumen memesan hingga datang.
- Ketepatan makanan yang datang sesuai dengan pesanan konsumen
- Banyaknya variasi jenis pembayaran yang tersedia. (cash, debit, credit card)
- Kecepatan dan kualitas waktu layanan antar. (*delivery*)
- Ketepatan rincian harga di nota pembelian sesuai dengan menu.
- Ketepatan uang kembalian yang diberikan.

Physical Evidence :

Suatu bentuk fisik yang dapat mendukung dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

- Besarnya area parkir yang disediakan.
- Kebersihan etalase makanan rumah makan tersebut.
- Kemenarikan tulisan dan warna dari papan rumah makan.
- Kebersihan toilet dalam rumah makan.
- Kenyamanan meja dan kursi saat digunakan.
- Kelengkapan alat makan yang diberikan.
- Sabun cuci tangan selalu tersedia.
- Kebersihan alat makan yang diberikan.
- Kelengkapan alat makan yang diberikan untuk konsumen *delivery* dan *take out* (sendok plastik, tempat sambal plastik dll)
- Kecukupan kursi tunggu pesanan *take out*.
- Kebersihan meja makan sebelum digunakan kembali oleh konsumen.

2. Tingkat keunggulan dan kekurangan yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rai Raka dibandingkan dengan kompetitornya :

➤ Variabel yang merupakan keunggulan menurut konsumen:

Tabel 6.1
Variabel Unggul

Variabel	Variabel Unggul
1	Banyaknya pilihan menu yang lengkap (ayam, ikan, ati dan ampela, kulit, usus goreng dll)
2	Banyaknya variasi atau jenis olahan masakan yang tersedia (digoreng, dibakar dll)
3	Kehangatan nasi saat disajikan
4	Komposisi rasa makanan setelah diolah (asin, gurih dll)
5	Papan nama rumah makan yang mudah dilihat
6	Kejelasan mengenai informasi promosi yang sedang ditawarkan
7	Kejelasan lamanya waktu promosi yang sedang berlaku
8	Frekuensi promosi yang ditawarkan
9	Kemampuan pelayan untuk berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen
10	Kesopanan pelayan dalam melayani konsumen
11	Kecepatan waktu makanan dan minuman datang dari saat konsumen memesan hingga datang
12	Ketepatan rincian harga di nota pembelian sesuai dengan menu
13	Ketepatan uang kembalian yang diberikan
14	Kebersihan toilet dalam rumah makan
15	Kebersihan alat makan yang diberikan

➤ Variabel yang merupakan kekurangan menurut konsumen:

Tabel 6.2
Variabel Tidak Unggul

Variabel	Variabel Tidak Unggul
1	Banyaknya variasi sambal yang disajikan (sambal terasi, kecap, mangga dll)
2	Kelengkapan lalapan yang disajikan (kol, selada, timun dll)
3	Kesegaran lalapan yang disajikan (kol, selada, timun dll)
4	Kebersihan makanan saat disajikan
5	Banyaknya variasi jenis minuman yang tersedia (teh, jus, soda dll)
6	Tingkat kematangan daging setelah diolah
7	Harga yang sebanding dengan kualitas makanan yang diberikan
8	Harga yang lebih murah dari rumah makan kompetitor
9	Kemudahan dalam menjangkau lokasi rumah makan dari area pertokoan, perkantoran dan pusat perbelanjaan
10	Kejelasan mengenai syarat <i>discount</i> yang sedang berlaku
11	Kejelasan menu <i>discount</i> yang ditawarkan
12	Menariknya informasi promosi yang ditawarkan
13	Kerapihan pelayan dalam berpenampilan
14	Kecepatan pelayan dalam menanggapi permintaan konsumen
15	Kemampuan pelayan untuk menjelaskan menu
16	Ketepatan makanan yang datang sesuai dengan pesanan konsumen
17	Banyaknya variasi jenis pembayaran yang tersedia (<i>cash, debit, credit card</i>)
18	Besarnya area parkir yang disediakan
19	Kebersihan etalase makanan rumah makan tersebut
20	Kenyamanan meja dan kursi saat digunakan
21	Kelengkapan alat makan yang diberikan
22	Sabun cuci tangan selalu tersedia
23	Kebersihan meja makan sebelum digunakan kembali oleh konsumen

3. *Segmentation, targeting, dan positioning* yang sesuai dengan kondisi Rumah Makan Rai Raka :

➤ *Segmentation:*

Variabel-variabel dalam aspek demografis :

- Usia Konsumen
- Pekerjaan Konsumen
- Lokasi tempat tinggal konsumen
- Pendapatan konsumen.

Variabel-variabel dalam aspek psikografis :

- Pengeluaran konsumen yang dikeluarkan setiap kali berkunjung ke Rumah Makan Rai Raka
- Makanan yang sering dipesan di Rumah Makan Rai Raka.
- Alasan dalam memilih Rumah Makan Rai Raka
- Interval waktu datang ke Rumah Makan Rai Raka
- Waktu yang diperlukan untuk datang ke Rumah Makan Rai Raka
- Saat berkunjung ke Rumah Makan Rai Raka bersama dengan
- Jenis Kendaraan yang digunakan saat berkunjung ke Rumah Makan Rai Raka
- Pukul berapa biasanya menyempatkan datang ke Rumah Makan Rai Raka
- Darimana anda mengetahui Rumah Makan Rai Raka

➤ *Targeting:*

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner penelitian bagian I yang telah disebarkan kepada 100 responden, hasilnya dikelompokkan menjadi beberapa segmen seperti yang sudah dijelaskan di atas, hasil *targetting* untuk Rumah Makan Rai Raka dilihat dari persentase pasar potensial sebagai berikut :

- 25 tahun < Usia ≤ 45 tahun (98%)
- Pekerjaan pegawai / karyawan dan wiraswasta (89%)

- Pendapatan \leq Rp 2.800.000 dan Rp 2.800.000 < pendapatan \leq Rp 3.500.000 (86%)
- Pengeluaran per orang \leq Rp. 20.000 dan Rp. 20.000 < Pengeluaran per orang \leq Rp. 40.000 (88%)

Pasar potensial yang dilihat dari kemampuan konsumen Rumah Makan Rai Raka tersebut, selanjutnya akan diolah dengan cara melihat irisan pada diagram venn masing-masing segmen dan didapatkan bahwa target dari Rumah Makan Rai Raka adalah konsumen dengan pendapatan \leq Rp 2.800.000 dan Rp 2.800.000 < pendapatan \leq Rp 3.500.000 dan berprofesi sebagai karyawan dan wiraswasta pada rentang usia diantara 25 tahun < usia \leq 45 tahun dengan pengeluaran per orang \leq Rp. 20.000 dan Rp. 20.000 < Pengeluaran per orang \leq Rp. 40.000.

➤ *Positioning*

Saat ini *positioning* Rumah Makan Rai Raka masih belum jelas yang menyebabkan Rumah Makan Rai Raka masih belum dapat bersaing dengan rumah makan kompetitornya saat ini. Hal ini dapat dilihat dari penurunan omset yang terjadi selama 6 bulan di Rumah Makan Rai Raka. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Rumah Makan Rai Raka adalah rumah makan yang unggul untuk 4 variabel yaitu variabel 26,29,22 dan 21, di mana variabel tersebut berbicara mengenai kecepatan dalam pelayanan, keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa nyaman saat makan di Rumah Makan Rai Raka, hal ini didukung dengan kepuasan konsumen terhadap variabel ini selain itu dari hasil *targetting* di rumah makan ini menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen yang makan di rumah makan ini memiliki profesi sebagai karyawan yang tidak memiliki jam istirahat yang lama sehingga waktu istirahat sangat ingin dinikmati dengan baik oleh konsumen sebelum melanjutkan aktivitasnya kembali.

Rumah Makan Rai Raka memiliki kecepatan dalam pelayanan yang diberikan terhadap konsumen sehingga konsumen tidak perlu menunggu cukup

lama sampai pesannya datang selain itu keramahan dan kesopanan karyawan yang diberikan Rumah Makan Rai Raka juga dapat membantu konsumen yang datang untuk dapat menikmati jam istirahatnya dan memperbaiki mood konsumen yang sudah lelah sehingga dapat melanjutkan aktivitasnya kembali dengan baik , agar *positioning* Rumah Makan Rai Raka semakin baik dan melekat di benak konsumen maka Rumah Makan Rai Raka dapat merancang sebuah slogan yaitu “ Makan Enak Diiringi Keramahan Khas Sunda”.



4. Strategi dan Upaya yang dapat dilakukan Rumah Makan Rai Raka untuk dapat meningkatkan pendapatannya :

Tabel 6.3
Usulan Strategi Dan Upaya yang Dapat Dilakukan Rumah Makan Rai Raka

Variabel	Upaya Perbaikan
Kejelasan menu <i>discount</i> yang ditawarkan	Karyawan harus mengecek ulang item yang diberi potongan harga di menu dan brosur dengan syarat dan ketentuannya yang nantinya akan dilihat oleh konsumen.
Kelengkapan lalapan yang disajikan (kol, selada, timun dll)	Menyediakan tempat untuk berbagai jenis sayur lalapan di meja etalase rumah makan agar konsumen yang datang dapat memilih dan mengambil jenis sayuran lalapan .
Harga yang sebanding dengan kualitas makanan yang diberikan	Menambahkan porsi beberapa item makanan seperti nasi, sambal, lalapan karena pangsa pasar rumah makan adalah menengah ke bawah.
Kesegaran lalapan yang disajikan (kol, selada, timun dll)	Mencuci sayuran pada lalapan dengan bersih dan menyimpannya di dalam suhu ruangan atau tidak terkena panas dari luar, kemudian lalapan ditutupi menggunakan tudung saji.
Tingkat kematangan daging setelah diolah	Memperbaiki cara-cara saat mengolah daging agar daging dapat memiliki tingkat kematangan dan tekstur yang pas.
Sabun cuci tangan selalu tersedia	Mengganti botol sabun cuci tangan menjadi botol transparan sehingga mempermudah karyawan dalam mengecek sabun yang terdapat di dalam botol sebelum diisi kembali.
Besarnya area parkir yang disediakan	Memisahkan parkir mobil ke sisi seberang jalan dan parkir motor di tempat parkir rumah makan yang telah disediakan.
Ketepatan makanan yang datang sesuai dengan pesanan konsumen	Mengharuskan karyawan masak (goreng dan bakar) mengecek ulang jenis dan jumlah pesanan tiap meja sesuai dengan catatan pesanan tiap meja.
Kemudahan dalam menjangkau lokasi rumah makan dari area pertokoan, perkantoran dan pusat perbelanjaan	Membuat papan nama rumah makan yang timbul ke jalan agar menandakan letak rumah makan Rai Raka saat dilihat oleh konsumen.
Kejelasan mengenai syarat <i>discount</i> yang sedang berlaku	Mencantumkan syarat <i>discount</i> di dalam brosur yang dibagikan agar konsumen dapat melihat syarat-syarat <i>discount</i> yang berlaku sebelum memesan makanan .
Menariknya informasi promosi yang ditawarkan	Membuat akun media sosial seperti instagram, line <i>official</i> dll dimana di dalam akun tersebut Rumah Makan Rai Raka selalu memberikan <i>update</i> terbaru .
Banyaknya variasi jenis minuman yang tersedia (teh, jus, soda dll)	Selalu mengecek ketersediaan buah di dalam dapur, sehingga karyawan dapat membeli buah tersebut
Harga yang lebih murah dari rumah makan kompetitor	Menambahkan jumlah porsi nasi menjadi lebih banyak sehingga dapat menutupi beberapa menu yang lebih mahal dari rumah makan kompetitor.

Tabel 6.4
Usulan Strategi Dan Upaya yang Dapat Dilakukan Rumah Makan Rai Raka
(lanjutan 1)

Banyaknya variasi jenis pembayaran yang tersedia (<i>cash, debit, credit card</i>)	Menambahkan jenis pembayaran selain <i>cash</i> sehingga dengan banyaknya jenis pembayaran dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi di Rumah Makan.
Banyaknya variasi sambal yang disajikan (sambal terasi, kecap, mangga dll)	Menambahkan beberapa jenis variasi sambal selain sambal merah, hijau dan sambal khas cimbiuk.
Kebersihan makanan saat disajikan	Menambahkan saringan minyak di dekat kompor penggorengan sehingga setelah digoreng makanan dapat disimpan atau ditiriskan terlebih dahulu di tempat saringan minyak.
Kemampuan pelayan untuk menjelaskan menu	Melatih seluruh karyawan khususnya <i>waiter</i> atau pelayan antar dalam menyampaikan sesuatu informasi ke konsumen.
Kenyamanan meja dan kursi saat digunakan	Mengganti meja dan kursi menjadi meja dan kursi berbahan dasar baja ringan agar lebih kuat dan mudah saat dirapihkan oleh karyawan rumah makan.
Kecepatan pelayan dalam menanggapi permintaan konsumen	Menerapkan aturan mengenai larangan karyawan untuk melakukan aktifitas lain saat sedang bekerja dan pemberian sanksi untuk karyawan yang melanggar aturan tersebut
Kelengkapan alat makan yang diberikan	Menggunakan tempat alat makan yang terbuka juga memudahkan <i>waiter</i> atau pelayan antar dalam memeriksa kelengkapan alat makan di setiap meja dan juga menambahkan asbak.
Kerapihan pelayan dalam berpenampilan	Memberikan sanksi bagi karyawan yang tidak memakai baju seragam Rumah Makan Rai Raka dan pemilik rumah makan rutin melakukan pengecekan
Kebersihan etalase makanan rumah makan tersebut	Memasang tirai penutup etalase sehingga seluruh panjang etalase dapat tertutupi selain itu memberikan lilin menyala yang diletakkan di dalam etalase makanan.
Kebersihan meja makan sebelum digunakan kembali oleh konsumen	Memakai atau menyemprotkan cairan pembersih meja sebelum meja dilap dengan lap basah agar meja lebih terlihat bersih saat akan digunakan kembali oleh konsumen.
Frekuensi promosi yang ditawarkan	Memberikan promosi secara rutin dalam jangka waktu tertentu agar dapat mempertahankan konsumen lama dan menarik banyak konsumen baru untuk makan di Rumah Makan.
Kebersihan toilet dalam rumah makan	Memasang alat pengharum ruangan atau memberikan kamper agar toilet tidak menimbulkan bau tak sedap saat akan dipakai oleh konsumen lainnya. Penyiraman berkala juga akan membuat toilet terlihat lebih bersih sebelum toilet benar-benar disikat dan dibersihkan oleh karyawan.
Banyaknya pilihan menu yang lengkap (ayam, ikan, ati dan ampela, kulit, usus goreng dll)	Menambahkan pilihan menu lainnya seperti bebek, telur puyuh, sop buntut, soto dll. Sehingga konsumen yang datang dapat memilih lebih banyak variasi makanan yang sesuai keinginan dari konsumen tersebut.

Tabel 6.5
Usulan Strategi Dan Upaya yang Dapat Dilakukan Rumah Makan Rai Raka
(lanjutan 2)

Kebersihan alat makan yang diberikan	Mencuci alat makan dengan sabun cuci piring yang dapat menghilangkan bau amis secara bersih dan melapisi piring dengan kertas minyak sebelum kemudian digunakan untuk menyimpan makanan konsumen.
Banyaknya variasi atau jenis olahan masakan yang tersedia (digoreng, dibakar dll)	Menambahkan variasi jenis olahan masakan lain seperti menambahkan olahan menu penyet dan sebagainya.
Kecepatan waktu makanan dan minuman datang dari saat konsumen memesan hingga datang	Mengurutkan pesanan mulai dari konsumen yang pertama memesan, hal ini bertujuan agar pesanan dari konsumen pertama tidak tertumpuk oleh pesanan-pesanan selanjutnya.
Kehangatan nasi saat disajikan	Membeli <i>ricecooker</i> tambahan agar sisa nasi tidak dikeluarkan saat hampir habis.
Ketepatan rincian harga di nota pembelian sesuai dengan menu	Rumah Makan Rai Raka dapat mempertahankan kinerja untuk variabel ini dan diharapkan
Kesopanan pelayan dalam melayani konsumen	Rumah Makan Rai Raka dapat mempertahankan kinerja untuk variabel ini dan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
Kemampuan pelayan untuk berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen	Rumah Makan Rai Raka dapat mempertahankan kinerja untuk variabel ini dan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
Papan nama rumah makan yang mudah dilihat	Menambahkan papan nama rumah makan yang timbul ke jalan agar menandakan letak rumah makan Rai Raka saat dilihat oleh konsumen.
Kejelasan lamanya waktu promosi yang sedang berlaku	Menambahkan informasi mengenai lamanya waktu promosi di dalam brosur yang akan disebar ke konsumen. Selain itu karyawan Rumah Makan Rai Raka khususnya waiter atau pelayan antar bertugas untuk menyampaikan informasi tentang promosi dan lamanya waktu promosi yang sedang berlaku juga menjadi sangat penting untuk konsumen.
Komposisi rasa makanan setelah diolah (asin, gurih dll)	Memberikan sayatan-sayatan kecil sebelum diberi bumbu-bumbu kuning ataupun kecap sehingga pada saat diberi bumbu-bumbu kuning atau kecap tersebut dapat meresap sampai ke dalam daging ayam tersebut. Dengan meresapnya bumbu-bumbu tersebut, pada saat diolah baik digoreng, dibakar, dll ayam tersebut dapat mengeluarkan rasa yang baik dan meresap sampai ke dalam daging ayam.
Kejelasan mengenai informasi promosi yang sedang ditawarkan	Memberikan <i>update</i> terbaru mengenai variasi makanan dan minuman yang disediakan, besar dan lamanya promo yang sedang ditawarkan serta kejelasan informasi mengenai promosi yang sedang dilakukan dari semua media promosi yang dilakukan oleh pihak Rumah Makan Rai Raka.
Ketepatan uang kembalian yang diberikan	Mengganti kasir yang pada saat ini masih manual dengan mesin <i>cash register</i> yang dapat menjumlahkan jenis makanan yang dibeli oleh konsumen secara lebih teliti dan akurat.

6.2 Saran

Usulan dan saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan agar dapat lebih baik lagi dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan rumah makan, yaitu:

- Sebaiknya Rumah Rai Raka mempertimbangkan usulan dari penulis untuk meningkatkan omset Rumah Makan Rai Raka.
- Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen terhadap Rumah Makan Rai Raka.