

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 *cafe* adalah:

- Keanekaragaman jenis makanan
- Keanekaragaman jenis minuman
- Kebersihan makanan yang disajikan
- Kebersihan minuman yang disajikan
- Konsistensi rasa makanan yang disajikan
- Konsistensi rasa minuman yang disajikan
- Kemenarikan hidangan yang disajikan
- Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan
- Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan
- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh makanan yang disajikan
- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh minuman yang disajikan
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan porsi hidangan yang disajikan
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas hidangan yang disajikan
- Frekuensi adanya promosi potongan harga yang ditawarkan
- Kestrategisan letak *cafe*
- Kemudahan konsumen menjangkau *cafe*

- Kejelasan papan nama *cafe*
- Kemenarikan atau kejelasan menu yang ditawarkan pada konsumen
- Frekuensi melakukan promosi melalui media sosial
- Banyaknya media sosial yang digunakan untuk promosi
- Kemenarikan promosi melalui media elektronik, media cetak, maupun media sosial
- Kebersihan *cafe*
- Kerapihan *cafe*
- Sirkulasi udara di dalam ruangan baik
- Kualitas penerangan baik
- Kenyamanan menggunakan furniture yang ada
- Kebersihan toilet
- Kemenarikan desain interior *cafe*
- Kelengkapan fasilitas bermain/hiburan
 - Kapasitas area parkir
- Keramahan karyawan
- Kesopanan karyawan
- Pengetahuan karyawan tentang menu *cafe*
- Kerapihan karyawan
- Ketanggapan karyawan
- Suatu kegiatan yang memperlihatkan bagaimana pekerja atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- Kecepatan dalam proses pembayaran dikasir
- Kecepatan dalam proses pengantaran pesanan konsumen
- Ketepatan pesanan konsumen yang disajikan
- Kestabilan koneksi internet

2. Keunggulan dan kelemahan dari *Cafe Giggle Box* dibandingkan dengan pesaing adalah :

a. Variabel Keunggulan *Cafe Giggle Box*

- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas hidangan yang disajikan
- Kestrategisan letak *cafe*
- Kejelasan papan nama *cafe*
- Banyaknya media sosial yang digunakan untuk promosi
- Kemenarikan promosi melalui media elektronik, media cetak, maupun media sosial
- Kebersihan *cafe*
- Kenyamanan menggunakan furniture yang ada
- Kebersihan toilet
 - Kapasitas area parkir
- Pengetahuan karyawan tentang menu *cafe*
- Ketanggapan karyawan
- Kecepatan dalam proses pengantaran pesanan konsumen
- Ketepatan pesanan konsumen yang disajikan
- Kestabilan koneksi internet

b. Variabel Kelemahan *Cafe Giggle Box*

- Keanekaragaman jenis makanan
- Keanekaragaman jenis minuman
- Kebersihan makanan yang disajikan
- Kebersihan minuman yang disajikan
- Konsistensi rasa makanan yang disajikan
- Konsistensi rasa minuman yang disajikan
- Kemenarikan hidangan yang disajikan
- Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan
- Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan

- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh makanan yang disajikan
 - Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh minuman yang disajikan
 - Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan porsi hidangan yang disajikan
 - Frekuensi adanya promosi potongan harga yang ditawarkan
 - Kemudahan konsumen menjangkau *cafe*
 - Kemenarikan atau kejelasan menu yang ditawarkan pada konsumen
 - Frekuensi melakukan promosi melalui media sosial
 - Kerapihan *cafe*
 - Sirkulasi udara di dalam ruangan baik
 - Kualitas penerangan baik
 - Kemenarikan desain interior *cafe*
 - Kelengkapan fasilitas bermain/hiburan
 - Keramahan karyawan
 - Kesopanan karyawan
 - Kerapihan karyawan
 - Suatu kegiatan yang memperlihatkan bagaimana pekerja atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
 - Kecepatan dalam proses pembayaran dikasir
3. Kinerja layanan jasa rumah makan dibandingkan dengan tingkat kepentingannya.
- Kuadran 2 (*Maintain Performance*)
- Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
- Konsistensi rasa minuman yang disajikan
 - Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan
 - Kemenarikan atau kejelasan menu yang ditawarkan pada konsumen

- Banyaknya media sosial yang digunakan untuk promosi
- Kemenarikan promosi melalui media elektronik, media cetak, maupun media sosial
- Kebersihan *cafe*
- Sirkulasi udara di dalam ruangan baik
- Kebersihan toilet
- Pengetahuan karyawan tentang menu *cafe*
- Ketanggapan karyawan
- Kecepatan dalam proses pembayaran dikasir
- Kuadran 1 (*Focus Improvement Effort Here*)
Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
 - Keanekaragaman jenis makanan
 - Frekuensi adanya promosi potongan harga yang ditawarkan
 - Kemudahan konsumen menjangkau *cafe*
 - Kenyamanan menggunakan furniture yang ada
 - Kemenarikan desain interior *cafe*
 - Kelengkapan fasilitas bermain/hiburan
 - Keramahan karyawan
 - Kesopanan karyawan
- Kuadran 3 (*Medium-Low Priority*)
Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:
 - Keanekaragaman jenis minuman
 - Kebersihan makanan yang disajikan
 - Kebersihan minuman yang disajikan
 - Konsistensi rasa makanan yang disajikan
 - Kemenarikan hidangan yang disajikan
 - Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan porsi hidangan yang disajikan
 - Frekuensi melakukan promosi melalui media sosial
 - Kualitas penerangan baik

- Kerapihan karyawan
- Suatu kegiatan yang memperlihatkan bagaimana pekerja atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- Ketepatan pesanan konsumen yang disajikan
- Kestabilan koneksi internet

➤ Kuadran 4 (*Reduce Emphasis*)

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

- Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan
- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh makanan yang disajikan
- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh minuman yang disajikan
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas hidangan yang disajikan
- Kestrategisan letak *cafe*
- Kejelasan papan nama *cafe*
- Kerapihan *cafe*
 - Kapasitas area parkir
- Kecepatan dalam proses pengantaran pesanan konsumen

4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Sarasa dirasa belum memuaskan. Dibawah ini merupakan variabel yang menurut konsumen belum puas.

- Keanekaragaman jenis makanan
- Keanekaragaman jenis minuman
- Kebersihan makanan yang disajikan
- Konsistensi rasa minuman yang disajikan
- Kemenarikan hidangan yang disajikan
- Banyaknya porsi makanan yang ditawarkan

- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh makanan yang disajikan
- Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh minuman yang disajikan
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan porsi hidangan yang disajikan
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas hidangan yang disajikan
- Frekuensi adanya promosi potongan harga yang ditawarkan
- Kestrategisan letak *cafe*
- Kejelasan papan nama *cafe*
- Kemenarikan atau kejelasan menu yang ditawarkan pada konsumen
- Kemenarikan promosi melalui media elektronik, media cetak, maupun media sosial
- Kebersihan *cafe*
- Kerapihan *cafe*
- Kualitas penerangan baik
- Kenyamanan menggunakan furniture yang ada
- Kemenarikan desain interior *cafe*
- Kelengkapan fasilitas bermain/hiburan
- Kapasitas area parkir
- Keramahan karyawan
- Kesopanan karyawan
- Pengetahuan karyawan tentang menu *cafe*
- Kerapihan karyawan
- Ketanggapan karyawan
- Suatu kegiatan yang memperlihatkan bagaimana pekerja atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- Kecepatan dalam proses pengantaran pesanan konsumen
- Ketepatan pesanan konsumen yang disajikan

Dibawah ini merupakan variabel yang menurut konsumen puas.

- Kebersihan minuman yang disajikan
- Konsistensi rasa makanan yang disajikan
- Banyaknya porsi minuman yang ditawarkan
- Kemudahan konsumen menjangkau *cafe*
- Frekuensi melakukan promosi melalui media sosial
- Banyaknya media sosial yang digunakan untuk promosi
- Sirkulasi udara di dalam ruangan baik
- Kebersihan toilet
- Kecepatan dalam proses pembayaran dikasir
- Kestabilan koneksi internet

5. Berikut ini adalah *segmentation*, *targeting* dan *positioning* yang dilakukan dan diusulkan di *Cafe Giggle Box*.

a. *Segmentation*

- Segmentasi berdasarkan geografis:
 - Tempat tinggal/wilayah
- Segmentasi berdasarkan demografis:
 - Jenis Kelamin
 - Usia
 - Pekerjaan
- Segmentasi berdasarkan psikologis:
 - Tujuan ke *Cafe Giggle Box*
 - Harapan saat datang ke *Cafe Giggle Box*
 - Makanan favorit
 - Pengeluaran makan
- Segmentasi berdasarkan perilaku:
 - Sering datang ke *Cafe Giggle Box* bersama
 - Jam datang ke *Cafe Giggle Box*
 - Pengetahuan keberadaan *Cafe Giggle Box*

- Media sosial dan surat kabar yang sering digunakan

b. *Targeting*

Targeting dari *Cafe Giggle Box* yaitu :

- Usia : 18 – 24 tahun
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
- Tempat tinggal di Bandung Barat
- Tujuan datang untuk nongkrong bersama teman
- Makanan favorit : *Steak*
- Minuman favorit : *Non-Coffee*
- Seringkali datang bersama teman
- Jam datang : malam hari (12.00 – 15.00)
- Frekuensi Makan di *Cafe Giggle Box* tidak menentu
- Media social yang sering digunakan : *Instagram*

c. *Positioning*

Target pasar dari *Cafe Giggle Box* adalah orang yang berusia muda yaitu 18 – 24 tahun, dan banyak yang datang bersama teman. Selain itu dengan melihat keunggulan-keunggulan *Cafe Giggle Box* adalah cepatnya proses pembelian, lokasi yang strategis, kebersihan cafe. Kelebihan tersebut didukung dari furniture yang ada di *Cafe Giggle Box* dan kebersihan toilet yang lebih unggul dibanding dengan dua pesaing lain. Dengan melihat kelebihan *Cafe Giggle Box* maka slogan yang dapat dipakai untuk *Cafe Giggle Box* adalah “Mau nongkrong bersama kerabat lebih berkesan, Yuk Ramai-ramai Makan di *Giggle Box*, Kenyang perutnya dan keren fotonya!”.

6. Upaya dan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada *Cafe Giggle Box* agar dapat mengungguli *Cafe* 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. *Cafe Giggle Box* 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 *Cafe Giggle Box* didirikan, atau promosi dengan meminta pengunjung meng-*upload* mengenai *Cafe Giggle Box* di media social seperti instagram yang dimiliki konsumen.
- Menampilkan tampilan menu favorit di *Cafe Giggle Box* serta menambahkan lampu pada papan menu tersebut.
- Peralatan makan seperti sendok, garpu, tisu 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. Memberikan nota pembelian kepada setiap konsumen setelah melakukan transaksi.
- 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 *Cafe Giggle Box* tidak menggunakan kursi tanpa sandaran kembali.

- Menggunakan lampu berwarna kuning untuk membantu penerangan di malam maupun siang hari dan menambah nuansa hangat serta menambah nafsu makan konsumen.
- *Cafe Giggle Box* mengadakan *exhaust fan* untuk memperlancar sirkulasi udara dan menggunakan AC di beberapa sudut ruangan.
- 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 Facebook, Instagram, dan Line. Cantumkan alamat jelas, testimoni, foto-foto tampilan makanan dan minuman serta cafe, dan informasi mengenai adanya promosi.
- Pengadaan jasa *delivery* dengan media pemesanan melalui telepon, media sosial : Whatsapp dan Line, atau dengan menggunakan jasa pada aplikasi ojek online di Kota Bandung.
- Pengadaan *wifi* yang dapat diakses bagi konsumen karena dinilai penting oleh konsumen.

6.2 Saran

Adapun saran yang diajukan untuk mengembangkan penelitian ini adalah

- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya melihat loyalitas dari konsumen karena *Cafe Giggle Box* telah berdiri sejak tahun 2013.
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya memperhatikan daya beli konsumen di *Cafe Giggle Box*.
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya bisa meneliti SWOT dari *Cafe Giggle Box* untuk pertimbangan jangka panjang.