

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian Tugas Akhir ini penulis menarik beberapa kesimpulan yang disesuaikan dengan perumusan masalah yang ada. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor - faktor dari *marketing mix* (7P) di Mie Baso Urat Mas Boy yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja dari Mie Baso Urat Mas Boy, yaitu :

➤ **Product**

- Variasi ukuran bakso yang ditawarkan. (bakso besardan bakso kecil)
- Variasi jenis bakso yang ditawarkan (urat, cincang, telur, dll)
- Variasi produk tambahan yang ditawarkan (mie, bihun, taugé, sayur, dll).
- Variasi toppingtambahan yang ditawarkan (siomay, tahu, pangsit, dll)
- Variasi bumbu tambahan (saus sambal, saus tomat, kecap, cuka, dll).
- Variasi jenis minuman yang ditawarkan (air mineral, teh, minuman dingin, dll).
- Variasi jenis kerupuk yang ditawarkan.
- Kualitas makanan yang baik (komposisi makanan, bumbu-bumbu, kuah kaldu)
- Makanan yang sudah bersertifikasi halal

➤ **Price**

- Harga makanan dan minuman yang terjangkau dibandingkan pesaing
- Harga makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas

- **Place**
  - Lokasi tempat dilalui oleh angkutan umum
  - Lokasi tempat yang strategis (mudah diakses).
  - Keamanan tempat parkir.
  - Papan nama tempat yang jelas.
- **Promotion**
  - Kemenarikan iklan di media cetak (brosur, koran, dan majalah)
  - Kemenarikan iklan di media elektronik (internet/media sosial)
  - Frekuensi promosi melalui media sosial
  - Frekuensi diskon pada hari raya atau event tertentu.
- **People**
  - Penampilan pegawai yang rapi (seragam)
  - Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
  - Ketanggapan pegawai dalam melayani keluhan konsumen
  - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
  - Ketepatan pegawai dalam melayani konsumen.
  - Kesiapan pemilik dalam menerima saran dan kritik.
- **Process**
  - Variasi proses pembayaran (tunai, kartu kredit, debit)
  - Ketepatan dalam proses pembayaran
  - Sistem antrean yang jelas dan teratur
  - Kemudahan dalam pemesanan online (melalui jasa ojek online)
- **Physical Evidence**
  - Dekorasi tempat yang menarik
  - Kebersihan tempat makan
  - Pencahayaan ruangan yang memadai
  - Kenyamanan suhu ruangan
  - Kebersihan toilet
  - Kenyamanan kursi dan meja untuk makan
  - Kelengkapan peralatan untuk makan (sendok, garpu, dan sumpit)
  - Kebersihan peralatan untuk makan (mangkuk, gelas, sendok, garpu, dan sumpit)

- Daftar menu dan harga yang jelas.
2. Tingkat kinerja di Mie Baso Urat Mas Boy berdasarkan rata-rata dari matriks IPA:
- Berikut variabel-variabel dengan tingkat kinerja rendah :
    - Variasi ukuran bakso yang ditawarkan. (bakso besar dan bakso kecil)
    - Variasi jenis bakso yang ditawarkan (urat, cincang, telur, dll)
    - Variasi produk tambahan yang ditawarkan (mie, bihun, tauge, sayur, dll).
    - Variasi *topping* tambahan yang ditawarkan (siomay, tahu, pangsit, dll)
    - Kualitas makanan yang baik (komposisi makanan, bumbu-bumbu, kuah kaldu)
    - Harga makanan dan minuman yang terjangkau dibandingkan pesaing
    - Harga makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas
    - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
    - Kenyamanan suhu ruangan
    - Kemenarikan iklan di media elektronik (internet/media sosial)
    - Frekuensi promosi melalui media sosial
    - Frekuensi diskon pada hari raya atau event tertentu.
    - Ketersediaan pemilik dalam menerima saran dan kritik
    - Variasi proses pembayaran (tunai, kartu kredit, debit)
    - Daftar menu dan harga yang jelas
  - Berikut variabel-variabel dengan tingkat kinerja tinggi :
    - Variasi bumbu tambahan (saus sambal, saus tomat, kecap, cuka, dll).
    - Variasi jenis minuman yang ditawarkan (air mineral, teh, minuman dingin, dll).
    - Makanan yang sudah bersertifikasi halal
    - Lokasi tempat yang strategis (mudah diakses)
    - Lokasi tempat yang dilalui oleh angkutan umum

- Keamanan tempat parkir
  - Papan nama tempat yang jelas
  - Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
  - Ketanggapan pegawai dalam melayani keluhan konsumen
  - Ketepatan pegawai dalam melayani konsumen.
  - Ketepatan dalam proses pembayaran
  - Kemudahan dalam pemesanan online (melalui jasa ojek online)
  - Kebersihan tempat makan
  - Pencahayaan ruangan yang memadai
  - Kebersihan toilet
  - Kebersihan peralatan untuk makan (mangkuk, gelas, sendok, garpu, dan sumpit)
  - Penampilan pegawai yang rapi (seragam)
  - Sistem antrean yang jelas dan teratur
  - Dekorasi tempat yang menarik
  - Kenyamanan kursi dan meja untuk makan
  - Kelengkapan peralatan untuk makan (sendok, garpu, dan sumpit)
3. Variabel-variabel yang menjadi kepuasan dan ketidakpuasan di Mie Baso Urat Mas Boy :
- Variabel-variabel yang termasuk Tidak Puas :
    - Variasi ukuran bakso yang ditawarkan. (bakso besar dan bakso kecil)
    - Variasi jenis bakso yang ditawarkan (urat, cincang, telur, dll)
    - Variasi produk tambahan yang ditawarkan (mie, bihun, tauge, sayur, dll).
    - Variasi toppingtambahan yang ditawarkan (siomay, tahu, pangsit, dll)
    - Variasi bumbu tambahan (saus sambal, saus tomat, kecap, cuka, dll).

- Variasi jenis minuman yang ditawarkan (air mineral, teh, minuman dingin, dll).
- Kualitas makanan yang baik (komposisi makanan, bumbu-bumbu, kuah kaldu)
- Makanan yang sudah bersertifikasi halal
- Harga makanan dan minuman yang terjangkau dibandingkan pesaing
- Harga makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas
- Lokasi tempat yang strategis (mudah diakses)
- Lokasi tempat yang dilalui oleh angkutan umum
- Keamanan tempat parkir
- Papan nama tempat yang jelas
- Kemenarikan iklan di media elektronik (internet/media sosial)
- Frekuensi promosi melalui media sosial
- Frekuensi diskon pada hari raya atau event tertentu.
- Penampilan pegawai yang rapi (seragam)
- Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
- Ketanggapan pegawai dalam melayani keluhan konsumen
- Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
- Ketepatan pegawai dalam melayani konsumen.
- Kesiediaan pemilik dalam menerima saran dan kritik
- Variasi proses pembayaran (tunai, kartu kredit, debit)
- Ketepatan dalam proses pembayaran
- Sistem antrean yang jelas dan teratur
- Kemudahan dalam pemesanan online (melalui jasa ojek online)
- Dekorasi tempat yang menarik
- Kebersihan tempat makan
- Pencahayaan ruangan yang memadai
- Kenyamanan suhu ruangan
- Kebersihan toilet
- Kenyamanan kursi dan meja untuk makan

- Kelengkapan peralatan untuk makan (sendok, garpu, dan sumpit)
  - Kebersihan peralatan untuk makan (mangkuk, gelas, sendok, garpu, dan sumpit)
  - Daftar menu dan harga yang jelas
- Variabel-variabel yang termasuk Puas :
- Variasi bumbu tambahan (saus sambal, saus tomat, kecap, cuka, dll).
  - Variasi jenis minuman yang ditawarkan (air mineral, teh, minuman dingin, dll).
  - Kualitas makanan yang baik (komposisi makanan, bumbu-bumbu, kuah kaldu)
  - Makanan yang sudah bersertifikasi halal
  - Harga makanan dan minuman yang terjangkau dibandingkan pesaing
  - Harga makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas
  - Lokasi tempat yang strategis (mudah diakses)
  - Lokasi tempat yang dilalui oleh angkutan umum
  - Keamanan tempat parkir
  - Papan nama tempat yang jelas
  - Kemenarikan iklan di media elektronik (internet/media sosial)
  - Frekuensi promosi melalui media sosial
  - Frekuensi diskon pada hari raya atau event tertentu.
  - Penampilan pegawai yang rapi (seragam)
  - Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
  - Ketanggapan pegawai dalam melayani keluhan konsumen
  - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
  - Ketepatan pegawai dalam melayani konsumen.
  - Kesiediaan pemilik dalam menerima saran dan kritik
  - Variasi proses pembayaran (tunai, kartu kredit, debit)
  - Ketepatan dalam proses pembayaran
  - Sistem antrean yang jelas dan teratur

- Kemudahan dalam pemesanan online (melalui jasa ojek online)
  - Dekorasi tempat yang menarik
  - Kebersihan tempat makan
  - Pencahayaan ruangan yang memadai
  - Kenyamanan suhu ruangan
  - Kebersihan toilet
  - Kenyamanan kursi dan meja untuk makan
  - Kelengkapan peralatan untuk makan (sendok, garpu, dan sumpit)
  - Kebersihan peralatan untuk makan (mangkuk, gelas, sendok, garpu, dan sumpit)
4. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Mie Baso Urat Mas Boy, yaitu :
- *Segmentation*
    - *Segmentation* berdasarkan :
      - Segmentasi Geografis
        - Tempat tinggal
        - Tempat bekerja atau bersekolah
      - Segmentasi Demografis
        - Jenis kelamin
        - Usia
        - Pekerjaan
        - Uang saku/Penghasilan
      - Segmentasi Psikografis
        - Alasan utama memilih Mie Baso Urat Mas Boy
        - Kebiasaan menggunakan jasa *delivery online*
      - Segmentasi Perilaku
        - Frekuensi mengunjungi dalam 1 bulan
        - Waktu kunjungan
        - Hari Kunjungan

- Informasi Mie Baso Urat Mas Boy
- Biaya yang dikeluarkan
- Jenis Pembayaran
- Tujuan membeli
- Media sosial yang digunakan
- Alat pembayaran non tunai yang digunakan

- *Targeting*

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian bagian I yang menggambarkan profil responden, maka dapat diketahui persentase jawaban yang berpotensi besar untuk menjadi target perusahaan sesuai bagian I adalah sebagai berikut :

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian bagian I yang menggambarkan profil responden, maka dapat diketahui persentase jawaban yang berpotensi besar untuk menjadi target perusahaan sesuai bagian I adalah sebagai berikut :

- Segmentasi Geografis
  - Bandung Selatan
- Segmentasi Demografis
  - Seluruh kalangan masyarakat berusia remaja sampai dewasa
- Segmentasi Psikografis
  - Konsumen yang menyukai produk Mie Baso Urat Mas Boy
- Segmentasi Perilaku
  - Makan bakso sebagai cemilan

- *Positioning*

*Positioning* adalah tahap lanjutan setelah melakukan *segmenting* dan *targeting*, dalam tahapan ini perusahaan berusaha menempatkan posisi *brandnya* di mata konsumen dan pesaingnya. Dalam kasus ini Mie Baso Urat Mas Boy harus dapat menanamkan nilai-nilai yang menjadi keunggulannya yang dapat ditawarkan kepada konsumennya. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari *segmenting*, *targeting*, dan keunggulan yang dimiliki Mie Baso Urat Mas Boy maka *brand image* yang diterapkan kepada konsumennya adalah bahwa Mie Baso Urat Mas

Boy merupakan tempat makan (mangemil) spesialis bakso urat yang harganya terjangkau untuk semua kalangan, porsinya pas, memiliki kualitas yang baik dan, dan dijamin halal dengan motto “Mie Baso Mas Boy Spesialis Baso Urat, Murah Meriah, Kenyang, Dijamin Halal”

5. Posisi Mie Baso Urat Mas Boy dibandingkan dengan pesaing (Bakso Boedjangan (cabang Burangrang)).

➤ Berikut adalah variabel-variabel unggul dari Mie Baso Urat Mas Boy berdasarkan posisi dari metode *Correspondence Analysis* :

- Variasi bumbu tambahan (saus sambal, saus tomat, kecap, cuka, dll).
- Variasi jenis minuman yang ditawarkan (air mineral, teh, minuman dingin, dll).
- Kualitas makanan yang baik (komposisi makanan, bumbu-bumbu, kuah kaldu)
- Makanan yang sudah bersertifikasi halal
- Harga makanan dan minuman yang terjangkau dibandingkan pesaing
- Harga makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas
- Lokasi tempat yang strategis (mudah diakses)
- Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
- Ketepatan pegawai dalam melayani konsumen.
- Kesiediaan pemilik dalam menerima saran dan kritik
- Ketepatan dalam proses pembayaran
- Kemudahan dalam pemesanan online (melalui jasa ojek online)
- Kebersihan tempat makan
- Kenyamanan kursi dan meja untuk makan
- Kelengkapan peralatan untuk makan (sendok, garpu, dan sumpit)
- Kebersihan peralatan untuk makan (mangkuk, gelas, sendok, garpu, dan sumpit)

➤ Berikut adalah variabel-variabel yang tidak unggul oleh Mie Baso Urat Mas Boy berdasarkan posisi dari metode *Correspondence Analysis*:

- Variasi ukuran bakso yang ditawarkan. (bakso besardan bakso kecil)
  - Variasi jenis bakso yang ditawarkan (urat, cincang, telur, dll)
  - Variasi produk tambahan yang ditawarkan (mie, bihun, tauge, sayur, dll).
  - Variasi toppingtambahan yang ditawarkan (siomay, tahu, pangsit, dll)
  - Lokasi tempat yang dilalui oleh angkutan umum
  - Keamanan tempat parkir
  - Papan nama tempat yang jelas
  - Kemenarikan iklan di media eletronik (internet/media sosial)
  - Frekuensi promosi melalui media sosial
  - Frekuensi diskon pada hari raya atau event tertentu.
  - Penampilan pegawai yang rapi (seragam)
  - Ketanggapan pegawai dalam melayani keluhan konsumen
  - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
  - Variasi proses pembayaran (tunai, kartu kredit, debit)
  - Sistem antrean yang jelas dan teratur
  - Dekorasi tempat yang menarik
  - Pencahayaan ruangan yang memadai
  - Kenyamanan suhu ruangan
  - Kebersihan toilet
  - Daftar menu dan harga yang jelas
6. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada Mie Baso Urat Mas Boy agar dapat meningkatkan kinerja yang menjadi kesan baik untuk para konsumen agar semakin banyak konsumen tetap, yaitu :
- Untuk produk di Mie Baso Urat Mas Boy
    - Mie Baso Urat Mas Boy ingin berspesialisasi di bakso urat, tetapi minat konsumen terhadap bakso cincang cukup tinggi untuk dijadikan sebagai produk alternatif yang disarankan.

- Mie Baso Urat Mas Boy dapat memperlengkap tawaran produk tambahan seperti tauge dan sayur karena ketertarikan konsumen terhadap produk tambahan tersebut cukup tinggi.
- Mie Baso Urat Mas Boy harus dapat menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Seperti kuah kaldu yang tetap terasa dengan baik. Disarankan untuk menyediakan kuah kaldu yang cukup khususnya pada *weekend* yang dimana jumlah konsumen lebih banyak dibandingkan hari biasanya.
- Usulan untuk tempat di Mie Baso Urat Mas Boy
  - Memberikan kipas angin tambahan agar dapat mencapai suhu ruangan yang nyaman buat konsumen.
  - Menata tempatnya sedikit lebih menarik dengan menambahkan identitas Mie Baso Urat Mas Boy di dalam tempat makan, seperti menyediakan menu dan daftar harga di meja-meja makan.
  - Membuat papan nama yang lebih bisa dilihat dengan jelas agar konsumen dapat lebih *aware* dengan keberadaan Mie Baso Urat Mas Boy.
- Usulan promosi Mie Baso Urat Mas Boy
  - Mie Baso Urat Mas Boy belum memiliki strategi promosi yang jelas. Sejauh ini mereka mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Disarankan mulai melakukan media di media sosial yang dimana hampir seluruh konsumennya menggunakan media sosial. Berdasarkan penelitian *platform* yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Untuk itu disarankan agar memulai melakukan promosi melalui media sosial Instagram agar dapat menarik calon konsumen-konsumen baru.
  - Melakukan kerja sama dengan Ovo untuk melakukan transaksi non tunai. Dengan melakukan kerja sama dengan Ovo diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran.

- Usulan untuk Proses yang harus diperhatikan oleh Mie Baso Urat Mas Boy.
  - Memberikan instruksi kepada pegawai untuk memprioritaskan membersihkan meja yang kotor dan melayani pesanan pelanggan .
  - Membuat sistem pesanan yang didokumentasikan secara fisik agar dengan mudah dan jelas melihat siapa yang memesan duluan, jumlah pesanan yang diterima, dan dapat menyesuaikan dengan uang yang diterima. Selain itu dapat berupa bukti pembayaran juga untuk konsumen.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Mie Baso Urat Mas Boy untuk dapat meningkatkan kinerja dan mempertahankan kepuasan konsumen serta untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Penelitian dapat dikembangkan lebih jauh dengan meneliti tempat pesaing.
- Pada penyebaran kuesioner penelitian belum mempertimbangkan konsumen yang sudah makan di Mie Baso Urat Mas Boy dan Bakso Boedjangan (cabang Burangrang), sehingga penelitian dapat dikembangkan dengan meneliti konsumen yang sudah pernah makan di kedua tempat tersebut.
- Penelitian saat ini belum mendapatkan data berapa jumlah konsumen yang memesan melalui jasa pemesanan ojek *online*.
- Penelitian saat ini belum meneliti efeknya dari menambahkan bahan makanan tambahan seperti tauge dan sayur terhadap pertumbuhan jumlah konsumen di Mie Baso Urat Mas Boy.
- Penelitian belum melakukan penelitian terhadap produk yang dijual selain bakso.
- Penelitian belum meneliti waktu kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.