

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen di dalam memilih sebuah cafe:

- ◆ Rasa makanan yang lezat
- ◆ Porsi makanan banyak
- ◆ Suasana cafe membuat santai
- ◆ Kebersihan makanan
- ◆ Kerapihan para pelayan
- ◆ Ketepatan dalam penghitungan bon/nota/*bill*/tagihan
- ◆ Ketersediaan makanan yang dipesan
- ◆ Jumlah meja kursi memadai sehingga tidak ada waiting list
- ◆ Keamanan tempat parkir
- ◆ Adanya selebaran untuk mengetahui layanan café
- ◆ Jenis makanan di Café sangat bervariasi
- ◆ Pesanan cepat diantarkan
- ◆ Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen
- ◆ Keramahan para pelayan
- ◆ Tempat parkir yang luas
- ◆ Jalan di sekitar café tidak macet
- ◆ Tempat parkir gratis
- ◆ Ada *live music* (menghadirkan band atau grup musik)
- ◆ Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah
- ◆ Harga terjangkau
- ◆ Adanya *happy hour* (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)
- ◆ Kebersihan toilet

- ◆ Kebersihan tempat cuci tangan
- ◆ Interior cafe menarik

2. Faktor-faktor yang menyebabkan konsumen dari Sapulidi Café Cihampelas merasa tidak puas:

- ◆ Jenis makanan di café sangat bervariasi
- ◆ Pesanan cepat diantarkan
- ◆ Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen
- ◆ Keramahan para pelayan
- ◆ Tempat parkir yang luas
- ◆ Jalan di sekitar café tidak macet
- ◆ Tempat parkir gratis
- ◆ Ada live music (menghadirkan band atau grup musik)
- ◆ Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah
- ◆ Harga terjangkau
- ◆ Adanya *happy hour* (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)
- ◆ Kebersihan toilet
- ◆ Kebersihan tempat cuci tangan
- ◆ Interior cafe menarik

3. Konsep *targetting* dan *positioning* yang tepat untuk Sapulidi café adalah sebagai berikut:

Target pasar yang bisa dibidik oleh Sapulidi Café Cihampelas adalah masyarakat yang merupakan usia sekitar 15 sampai 40 tahun karena banyak dari pengunjung dari daerah Cihampelas yang berusia sekitar itu. Selain itu, target utama orang yang ingin makan baik yang ditemani oleh temannya atau oleh keluarga. Domisili orang-orang tersebut berasal dari Bandung dan Jakarta, Berdasarkan hasil observasi terlihat

banyak orang-orang yang sedang berjalan-jalan di sekitar Jalan Cihampelas. Kelompok orang-orang ini juga bisa dijadikan sebagai target pasar.

Positioning

Penetapan posisi pasar untuk Sapulidi Café Cihampelas adalah Sapulidi Café sebagai café yang menyediakan makanan yang lezat dengan menu-menu yang lebih variatif bila dibandingkan dengan café-café atau rumah makan lainnya. Hal ini disebabkan karena Sapulidi Cafe adalah café yang digunakan sebagai tempat makan.. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yang memperlihatkan persentase 32,34% responden memilih makan sebagai tujuan untuk mendatangi Sapulidi Café. Selain itu, Sapulidi juga menyediakan layanan yang cepat untuk konsumen yang membutuhkan layanan yang segera dan harga yang murah namun porsi yang pas.

4. Prioritas penanganan berdasarkan metode IPA

Prioritas 1:

- ◆ Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen
- ◆ Tempat parkir gratis
- ◆ Ada *live music* (menghadirkan band atau grup musik)
- ◆ Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah
- ◆ Adanya *happy hour* (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)
- ◆ Interior cafe menarik

Prioritas 2:

- ◆ Jenis makanan di Café sangat bervariasi
- ◆ Pesanan cepat diantarkan
- ◆ Tempat parkir yang luas
- ◆ Kebersihan toilet

Prioritas 3:

- ◆ Keramahan para pelayan

- ◆ Jalan di sekitar café tidak macet
- ◆ Harga terjangkau

Prioritas 4:

- ◆ Kebersihan tempat cuci tangan

5. Usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan dari Sapulidi Café adalah sebagai berikut:

- ◆ Sapulidi Café dapat menyediakan sarana atau fasilitas bermain untuk anak-anak sehingga konsumen lebih bisa merasa fasilitas di Café lebih lengkap sehingga semakin nyaman untuk kembali lagi ke Sapulidi Café
- ◆ Sapulidi dapat menyediakan layar TV untuk “nonton bareng” karena saat ini banyak café yang telah menyediakan sarana “nonton bareng” seperti ini, dan hal seperti ini dapat mendorong konsumen untuk datang ke café. Lebih mengintensifkan lagi acara live music dan menghadirkan penyanyi atau lagu-lagu yang sedang disenangi oleh masyarakat luas saat ini.
- ◆ Adanya *event-event* yang diselenggarakan di Sapulidi Café sehingga bisa menambah keinginan orang untuk datang ke Sapuldi Café, hal ini dilakukan mengingat di dekat Sapulidi Café ada Ciwalk yang sering mengadakan event-event sehingga untuk bisa menarik konsumen dapat dilakukan dengan cara ini.
- ◆ Penambahan menu-menu baru untuk jangka waktu tertentu sehingga membuat para pelanggan mau datang untuk mencoba menu-menu baru tersebut.
- ◆ Promosi lebih ditingkatkan lagi, salah satu alternatif paling mudah untuk dilakukan adalah dengan mempromosikan Sapulidi café Cihampelas di Sapulidi Café Lembang begitu juga sebaliknya. Hal ini dapat menguatkan

keduanya sehingga apabila ada orang yang tidak tahu mengenai hal ini bisa jadi mengetahuinya.

6.2 Saran

Saran yang diberikan untuk penelitian lebih lanjut:

1. Penelitian bisa dilakukan dengan menggunakan sudut pandang persaingan antar cafe yang menyebabkan penurunan pendapatan bagi Sapulidi Cafe Cihampelas.
2. Penelitian bisa dilakukan dengan meneliti model perilaku konsumen untuk mengetahui pasar potensial yang dapat dibidik oleh Sapulidi Cafe Cihampelas