BAB 6
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa tahap seperti pengumpulan data, pengolahan data dan analisis diperoleh kesimpulan hasil penelitian antara lain :

1. Konsumen yang potensial bagi *cafe* yang ada di daerah Surya Sumantri, Bandung adalah pelajar/mahasiswa dan karyawan.

2. *Segmentation*, *targeting* dan *positioning* untuk *cafe* di daerah Surya Sumantri, Bandung :

   ❖ ***Segmentation***

   a. Jenis kelamin :
      - Laki-laki
      - Perempuan

   b. Umur :
      - $16 \leq$ Umur < 20 tahun
      - $20 \leq$ Umur < 35 tahun
      - $35 \leq$ Umur < 45 tahun
      - Umur ≥ 45 tahun

   c. Pekerjaan :
      - Pelajar/mahasiswa
      - Wiraswasta
      - Karyawan

   d. Untuk pelajar/mahasiswa, uang saku per bulan :
      - Uang saku < Rp 400.000
      - Rp 400.000 $\leq$ Uang saku < Rp 600.000
      - Rp 600.000 $\leq$ Uang saku < Rp 1.000.000
      - Rp 1.000.000 $\leq$ Uang saku < Rp 1.500.000
      - Uang saku $\geq$ Rp 1.500.000

   e. Selain pelajar, pendapatan per bulan :
      - Pendapatan < Rp 1.000.000

- Rp 1.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 2.000.000
- Rp 2.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 5.000.000
- Rp 5.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 10.000.000
- Pendapatan ≥ Rp 10.000.000

f. Tujuan datang ke *cafe* :
   - Makan
   - Bisnis
   - Hiburan
   - Acara tertentu

g. Yang membuat tertarik datang ke suatu *cafe* tertentu :
   - Rekomendasi dari keluarga / orang lain
   - Pengalaman masa lalu
   - Iklan

❖ ***Targeting***

- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Umur : 16 ≤ Umur < 35 tahun
- Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa dan karyawan
- Uang saku : Rp 1.000.000 ≤ Uang saku < Rp 1.500.000 (ekonomi menengah keatas)
- Pendapatan : Rp 2.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 5.000.000 (ekonomi menengah)
- Tujuan datang ke *cafe* : Makan dan hiburan
- Yang membuat tertarik datang ke suatu *cafe* tertentu : Rekomendasi dari keluarga/orang lain, iklan dan pengalaman masa lalu

❖ ***Positioning***

Berdasarkan hasil analisis *segmentation* dan *targeting* diatas, maka *cafe* yang ada di daerah Surya Sumantri sebaiknya melakukan *positioning* sebagai *cafe* yang memiliki ciri khas tersendiri sehingga konsumen dengan mudah mengingat *cafe* yang mereka datangi. "***We'll Serve the Best 4 U***" merupakan kalimat yang digunakan untuk menarik minat konsumen. Pengelola *cafe* dapat memberikan pelayanan yang terbaiknya dengan cara membuat suasana *cafe* yang nyaman. *Cafe* yang nyaman merupakan *cafe* yang disukai oleh sebagian konsumen (halaman 5-28).

Suasana yang nyaman dapat diciptakan dengan berbagai cara, seperti menyediakan tempat duduk dan meja yang nyaman serta tertata rapi, pemandangan yang bagus, merancang desain interior yang menarik dan *cafe* yang bersih. Selain itu alasan konsumen datang ke *cafe* adalah untuk makan dan hiburan, maka pengelola *cafe* harus memperhatikan rasa dari tiap menu yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau. Sedangkan hiburan yang dapat disediakan oleh pengelola *cafe* adalah permainan (seperti *table football*), karena sebagian besar target adalah pelajar/mahasiswa.

3. Terdapat 6 faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih sebuah *cafe* khususnya di daerah Surya Sumantri, Bandung.
   - Faktor promosi (*promotion*), terdiri dari :
     - Dapat digunakan untuk acara (*event*) tertentu,
     - Promosi melalui pemasangan iklan di majalah,
     - Adanya bonus lebih untuk pembelian dalam jumlah yang besar (mis : minuman gratis, souvenir),
     - Pemberian *voucher* untuk pembelian berikutnya,
     - Adanya diskon untuk event tertentu,
     - Adanya jasa *delivery*,
     - Adanya program makan sepuasnya (*all u can eat*),
     - Adanya *welcome gift* (mis : *snack*), dan
     - Adanya paket-paket (mis : hemat, kombo, *happy meal*).
   - Faktor bukti fisik (*physical evidence*), yang terdiri dari :
     - Kebersihan *cafe*,
     - Penataan tempat duduk yang rapi,
     - Desain interior yang menarik,
     - Tempat duduk dan meja yang nyaman,
     - Tersedia tempat parkir yang memadai,
     - Kebersihan toilet,
     - Kondisi penerangan cafe yang baik, dan

- Tersedianya AC (air condition).

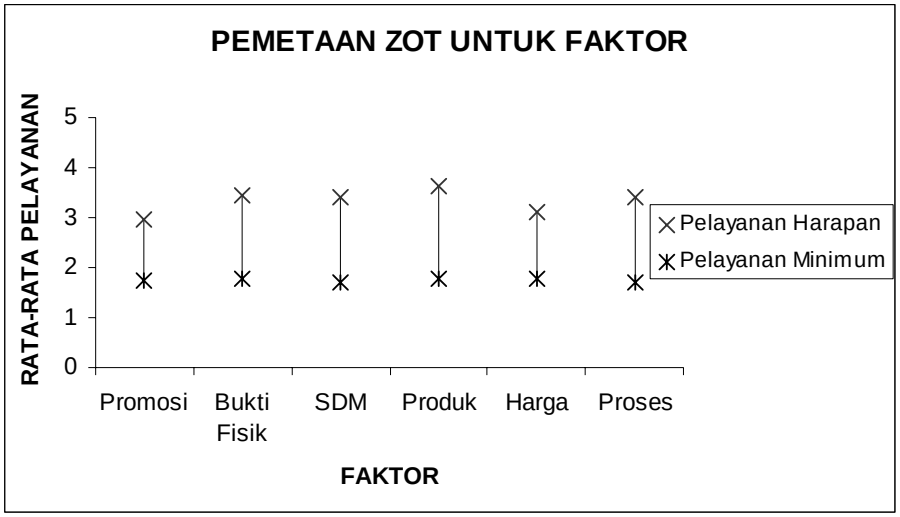
❖ Faktor sumber daya manusia (*people*), yang terdiri dari :
- Karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan,
- Karyawan bersikap sopan dalam memberikan pelayanan,
- Kerapian pakaian yang digunakan oleh karyawan,
- Karyawan yang cepat tanggap akan keluhan dari konsumennya,
- Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu makanan yang ada, dan
- Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu minuman yang ada.

❖ Faktor produk (*product*), yang terdiri dari :
- Rasa dari makanan,
- Rasa dari minuman,
- Bahan yang digunakan segar,
- Porsi makanan yang sesuai dengan harga,
- Porsi minuman yang sesuai dengan harga,
- Makanan terjamin kebersihannya, dan
- Minuman terjamin kebersihannya.

❖ Faktor harga (*price*), yang terdiri dari :
- Harga makanan yang bersaing, dan
- Harga minuman yang bersaing,

❖ Faktor proses (*process*), yang terdiri dari :
- Proses pembuatan makanan yang cepat,
- Proses pembuatan minuman yang cepat, dan
- Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit/debit/*cash*.

4. ZOT (*Zone of Tolerance*) dari pelayanan *cafe* yang ada di daerah Surya Sumantri, dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Sumber : Pengolahan Data dan Analisis, 2008

Gambar 6.1
Pemetaan ZOT Untuk Faktor

5. Usulan yang dapat diberikan untuk pihak *cafe* yang ada didaerah Surya Sumantri dapat dilihat pada sub-bab 6.2 dibawah ini.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Untuk *Cafe* yang Ada Didaerah Surya Sumantri

Dari hasil penelitian, penulis dapat mengajukan saran untuk dapat diterapkan oleh pihak *cafe* yang ada didaerah Surya Sumantri sehingga dapat menarik nimat konsumen. Upaya yang dapat dilakukan antara lain :

1. Berdasarkan urutan kepentingan dari perhitungan ZOT (*Zone of Tolerance*) dapat diketahui bahwa faktor yang paling dipentingkan oleh konsumen yang ada didaerah Surya Sumantri, Bandung adalah faktor produk. Maka upaya yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa adalah memperhatikan rasa dari makanan dan minuman, bahan yang digunakan harus selalu segar, porsi makanan dan minuman yang sesuai dengan harga yang diberikan. Selain itu juga terjaminnya kebersihan dari makanan dan minuman.
2. Berdasarkan perhitungan persentase terbesar, total skor untuk tingkat kepentingan dan bobot faktor dari hasil pengolahan analisis faktor, maka terdapat beberapa usulan, antara lain :

a. *Personal Needs, Beliefs about What is Possible* dan *Past experience*

Berdasarkan kebutuhan yang dirasakan seseorang, jasa-jasa yang diharapkan dan pengalaman masa lampau terhadap suatu jasa *cafe*, maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh penyedia jasa, yaitu :

- ❖ Faktor Promosi (*Promotion*)
  - Mengadakan program *delivery service*. Dengan adanya jasa ini diharapkan konsumen yang tidak memiliki waktu untuk datang ke *cafe* atau konsumen yang berada di daerah yang cukup jauh dari lokasi, tetap dapat menikmati menu yang ditawarkan.
  - Mengadakan program paket (mis : hemat, kombo, *happy meal*).
- ❖ Faktor Bukti Fisik (*Physical Evidence*)
  - Selalu menjaga kebersihan *cafe*, baik itu untuk kebersihan meja, kursi maupun ruangan dengan cara membuat penjadwalan untuk membersihkan ruangan secara berkala seperti membersihkan ruangan pada saat sebelum *cafe* dibuka dan sebelum *cafe* ditutup. Selain itu setiap konsumen selesai makan maka karyawan *cafe* langsung membersihkan meja sehingga jika datang konsumen yang lain meja yang ada di *cafe* selalu bersih.
  - Selalu menjaga kebersihan toilet dengan cara membuat penjadwalan untuk membersihkan toilet secara berkala. Dengan ini diharapkan konsumen yang datang akan merasa nyaman. Sedangkan untuk kebersihan *cafe* sama seperti *point* sebelumnya.
- ❖ Faktor Sumber Daya Manusia (*People*)
  - Membekali atau memberikan pengarahan kepada para karyawannya mengenai menu minuman yang ada pada saat pelatihan karyawan (*training*). Dengan adanya pembekalan ini diharapkan karyawan dapat memuaskan konsumennya dari jawaban-jawaban yang diberikan.
  - Membekali atau memberikan pengarahan kepada para karyawannya mengenai bagaimana cara bersikap sopan ketika berhadapan dengan konsumen pada saat pelatihan karyawan (*training*). Dengan adanya

pembekalan ini diharapkan karyawan dapat bersikap sopan ketika melayani konsumen sehingga membuat konsumen senang.

- ❖ Faktor Produk (*Product*)
  - Memperhatikan rasa dari makanan. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mempekerjakan koki yang ahli dibidang masak-memasak (handal) dan berpengalaman. Dengan mempekerjakan koki yang handal dan berpengalaman diharapkan rasa makanan yang dihasilkan akan disukai oleh para konsumen. Selain itu dapat dilakukan dengan membuat standar rasa dari makanan (resep). Dengan demikian *cafe* dapat membuat makanan sesuai standar yang ada sehingga rasa dari makanan tidak berubah-ubah.
  - Memperhatikan kebersihan dari minuman. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan kebersihan dapur.
- ❖ Faktor Harga (*Price*)
  - Memberikan harga yang terjangkau untuk tiap menu makanan. Tetapi penetapan harga juga harus memperhitungkan keuntungan dari pihak *cafe*, sehingga tidak merugikan konsumen dan pihak penyedia jasa.
  - Memberikan harga yang terjangkau untuk tiap menu minuman. Tetapi penetapan harga juga harus memperhitungkan keuntungan dari pihak *cafe*, sehingga tidak merugikan konsumen dan pihak penyedia jasa.
- ❖ Faktor Proses (*Process*)
  - Proses pembuatan makanan yang cepat. Upaya yang dapat dilakukan adalah memperhitungkan jumlah karyawan yang tepat pada bagian dapur. Selain itu sebaiknya dilakukan evaluasi kerja. Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui apa penyebab proses pembuatan makanan menjadi lama. Untuk hari-hari tertentu biasanya *cafe* ramai didatangi pengunjung dan hal ini-lah yang menyebabkan proses pembuatan makanan lama. Untuk mengantisipasi konsumen yang kesal karena menunggu makanan yang belum datang adalah dengan cara memberikan *welcome snack* (seperti kripik atau kerupuk). Dengan demikian diharapkan konsumen akan merasa tidak bosan ketika

menunggu makanan yang belum datang, selain itu juga dapat dijadikan sebagai satu nilai tambah bagi *cafe*.

b. *Perceived Service Alternatives*

Merupakan persepsi konsumen terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa *cafe* yang sering didatangi konsumen yang ada didaerah Surya Sumantri adalah daerah Dago dan *cafe* yan tidak akan didatangi lagi adalah *cafe* yang berada didaerah Surya Sumantri. Jadi untuk para penyedia jasa yang ada di Surya Sumantri dapat menjadikan *cafe* yang ada didaerah Dago sebagai tolak ukur (*benchmark*).

c. *Situational Factors*

Merupakan segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada diluar kendali penyedia jasa. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

- Ketika konsumen datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga konsumen tidak mendapatkan tempat duduk. Ini merupakan salah satu keadaan yang berada diluar kendali penyedia jasa. Untuk mengantisipasi konsumen yang bersedia menunggu sampai mendapatkan tempat duduk maka sebaiknya penyedia jasa menyediakan tempat tunggu, agar konsumen merasa tidak bosan. Tempat tunggu tersebut dapat dilengkapi dengan sofa, TV atau majalah. Selain itu juga bisa dilengkapi dengan pemberian nomor antrian, sehingga dapat mengurangi masalah yang timbul akibat urutan antrian (membuat konsumen lebih tertib).
- Ketika *cafe* yang didatangi sedang ramai sehingga menu pesanan datang lebih lama dari biasanya. Ini merupakan salah satu keadaan yang berada diluar kendali penyedia jasa. Untuk mengantisipasi konsumen yang kesal karena menunggu makanan yang belum datang adalah dengan cara memberikan *welcome snack* (seperti kripik atau kerupuk).
- Ketika konsumen telah memesan beberapa menu disuatu *cafe* dan pada saat itu juga karyawan *cafe* langsung mengatakan bahwa menu yang

dipesan telah habis ataupun setelah beberapa saat baru mengatakan menu dipesan telah habis. Ini merupakan salah satu keadaan yang berada diluar kendali penyedia jasa. Untuk mengantisipasi konsumen yang tidak jadi memesan dan pergi ketempat lain sebaiknya penyedia jasa lebih memperhatikan ketersediaan bahan dengan cara membuat catatan mengenai persediaan bahan. Dan jika konsumen telah menunggu beberapa saat kemudian karyawan memberitahukan bahwa menu yang dipesan telah habis, maka penyedia jasa dapat memberikan *welcome snack* (seperti kripik atau kerupuk) atau *minuman gratis* (seperti es teh manis). Hal ini dilakukan untuk mengurangi rasa kecewa konsumen.

- ❖ Sebaiknya penyedia jasa memberitahukan jam buka dan tutup *cafe* secara jelas. Hal ini untuk mengatasi jika saat konsumen datang ternyata *cafe* tutup.

d. *Explicit and Implicit Service Promises*

Berdasarkan pengolahan data, *cafe* yang memiliki kesan suasana yang nyaman yang paling diminati oleh konsumen. Maka upaya yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa adalah dengan menyediakan tempat duduk dan meja yang nyaman dan tertata rapi, pemandangan yang bagus dan merancang desain interior yang menarik.

e. *Predicted service*

Berdasarkan pengalaman masa lampau konsumen terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan. Yang harus diperhatikan oleh penyedia jasa adalah kesenjangan yang kurang dari apa yang diharapkan konsumen (konsumen merasa tidak puas) seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini. Dengan demikian diharapkan penyedia jasa dapat memperhatikan pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen, sehingga tidak terjadi lagi keluhan khususnya yang yang ada pada tabel 6.1.

Tabel 6.1
Ketidakpuasan Konsumen

No.	Ketidakpuasaan Konsumen
1	Harga yang tidak sesuai dengan porsi
2	Karyawan kurang ramah
3	Harga yang mahal
4	Rasa makanan kurang enak
5	Karyawan bekerja lambat
6	Tidak adanya menu vegetarian
7	Kebersihan *cafe*
8	Harga makanan tidak sesuai dengan rasa makanan
9	Suasana *cafe* kurang nyaman
10	Toilet kurang bersih
11	Penyajian makanan kurang menarik
12	Pelayanan yang diberikan tidak memuaskan

Sumber : Pengumpulan Data, 2008

3. Bardasarkan profil responden yang didapat, maka terdapat beberapa usulan, antara lain :

   - *Targeting*

     - Jenis kelamin : Dari hasil perhitungan persentase jumlah laki-laki lebih banyak daripada perempuan, namun perbedaannya tidak terlalu signifikan. Sehingga target pasar yang ditetapkan adalah laki-laki dan perempuan.
     - Umur : Konsumen *cafe* di daerah Surya Sumantri sebagian besar berumur antara 16 sampai lebih kecil dari 35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen *cafe* di daerah Surya Sumantri termasuk golongan remaja dan pemuda.
     - Pekerjaan : Konsumen *cafe* di daerah Surya Sumantri sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dan karyawan.
     - Uang saku : Konsumen *cafe* di daerah Surya Sumantri yang pekerjaannya sebagai pelajar/mahasiswa memiliki uang saku Rp 1.000.000 sampai kurang dari Rp 1.500.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa tersebut bergolongan ekonomi menengah keatas.

- Pendapatan : Konsumen *cafe* di daerah Surya Sumantri yang pekerjaannya sebagai karyawan memiliki pandapatan Rp 2.000.000 sampai kurang dari Rp 5.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan tersebut bergolongan ekonomi menengah.
- Tujuan datang ke *cafe* : Tujuan konsumen datang ke *cafe* adalah untuk makan dan hiburan.
- Yang membuat tertarik datang ke suatu *cafe* tertentu : Konsumen tertarik datang ke *cafe* karena rekomendasi dari keluarga/orang lain, iklan dan pengalaman masa lalu.

- *Positioning*

  Berdasarkan *targeting*, maka *cafe* yang ada di daerah Surya Sumantri sebaiknya melakukan *positioning* sebagai *cafe* yang memiliki ciri khas tersendiri sehingga konsumen dengan mudah mengingat *cafe* yang mereka datangi. "***We'll Serve the Best 4 U***" merupakan kalimat yang digunakan untuk menarik minat konsumen. Pengelola *cafe* dapat memberikan pelayanan yang terbaiknya dengan cara membuat suasana *cafe* yang nyaman. *Cafe* yang nyaman merupakan *cafe* yang disukai oleh sebagian konsumen. Suasana yang nyaman dapat diciptakan dengan berbagai cara, seperti menyediakan tempat duduk dan meja yang nyaman serta tertata rapi, pemandangan yang bagus, merancang desain interior yang menarik dan *cafe* yang bersih. Selain itu alasan konsumen datang ke *cafe* adalah untuk makan dan hiburan, maka pengelola *cafe* harus memperhatikan rasa dari tiap menu yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau. Sedangkan hiburan yang dapat disediakan oleh pengelola *cafe* adalah permainan (seperti *table football*).

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut

Saran untuk penelitian lebih lanjut antara lain :

- Dilakukan penelitian mengenai persaingan *cafe-cafe* yang lain yang terdapat di kota Bandung. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui kelemahan dan keunggulan dari *cafe* yang akan didirikan.
- Penelitian mengenai tingkat kepuasan dari sebuah *cafe* yang ada didaerah Surya Sumantri, Bandung dengan menggunakan metode ZOT (*Zone of Tolerance*).