

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Variabel yang berada diatas rata-rata kepentingan konsumen sebagai berikut:
 - Sterilisasi dalam pembuatan produk
 - Rasa burger yang enak
 - Kebersihan dapur
 - Kesesuaian produk yang dipesan dan produk yang datang
 - Kebersihan lokasi tempat makan
 - Keramahan pelayan
 - Kecepatan melayani konsumen
 - Kesiediaan pelayan untuk menjelaskan produk atau sesuatu
 - Ketanggapan pelayan
 - Kecepatan pembuatan produk dari pemesan ke tangan pembeli
 - Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan rasa
 - Kerapihan pelayan
 - Ketersediaan berbagai jenis burger
 - Aroma yang menggugah selera
 - Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan porsi

2. Variabel yang memiliki tingkat performansi tinggi dan mampu memuaskan konsumen hanya ada empat variabel secara signifikan, yaitu:
 1. Lokasi dekat area mall
 2. Besarnya porsi
 3. Harga yang ditawarkan lebih murah dari produk sejenis (Beda Merk)
 4. Jam operasional relatif panjang (dari pagi sampai malam)Sedangkan variabel lain memiliki performansi yang rendah secara signifikan menurut konsumen.

3. Variabel dibagi menjadi empat bagian kuadran, dimana:
 - Kuadran 1 (Performansi rendah, Kepentingan tinggi berdasarkan rata-rata)
 - Aroma yang menggugah selera
 - Kuadran 2 (Performansi tinggi, Kepentingan tinggi berdasarkan rata-rata)
 - Rasa burger yang enak
 - Ketersediaan berbagai jenis burger
 - Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan rasa
 - Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan harga
 - Kebersihan pelayan
 - Kerapihan pelayan
 - Kebersihan lokasi tempat makan
 - Keramahan pelayan
 - Ketanggapan pelayan
 - Kecepatan melayani konsumen
 - Kesiapan pelayan untuk menjelaskan produk atau sesuatu
 - Kebersihan dapur
 - Sterilisasi dalam pembuatan produk
 - Kesesuaian produk yang dipesan dan produk yang datang
 - Kecepatan pembuatan produk dari pemesanan ke tangan pembeli
 - Kuadran 3 (performansi rendah, Kepentingan rendah berdasarkan rata-rata)
 - Variasi makanan dan minuman
 - Adanya promosi dalam hari-hari raya
 - Adanya potongan khusus untuk pelajar dan mahasiswa
 - Lokasi di dalam atau dekat area mall
 - Tempat *dine in* yang luas
 - Kenyamanan lokasi
 - Suasana
 - Area parkir yang cukup luas
 - Papan nama yang terlihat jelas dari sekitar lokasi
 - Volume musik tidak mengganggu aktifitas

- Kuadran 4 (Performansi tinggi, Kepentingan rendah berdasarkan rata-rata)
 - Besarnya porsi
 - Ketersediaan berbagai jenis bumbu
 - Harga yang ditawarkan lebih murah dari produk sejenis
 - Jam operasional yang relatif panjang

- 4. Burgerocks unggul dalam variabel:
 - Rasa burger yang enak
 - Aroma yang menggugah selera
 - Harga yang ditawarkan lebih murah dari produk sejenis (beda merk)
 - Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan rasa
 - Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan porsi
 - Suasana (musik, ketenangan, dll)
 - Jam operasional yang relatif panjang (pagi sampai malam)
 - Kebersihan lokasi tempat makan
 - Volume musik tidak mengganggu aktifitas (ngobrol, telepon, dll)
 - Keramahan pelayan (senyum, sopan, dll)
 - Ketanggapan pelayan (memberi tissue, sambal, membersihkan meja, melayani pesanan, dll)
 - Kecepatan melayani konsumen (respon pelayan)
 - Kesiediaan pelayan untuk menjelaskan produk atau sesuatu (Pengetahuan tentang produk)
 - Kebersihan dapur
 - Sterilisasi dalam pembuatan produk (penggunaan sarung tangan, mencuci tangan, dll)
 - Kesesuaian produk yang dipesan dan produk yang datang
 - Kecepatan pembuatan produk dari pemesanan ke tangan pembeli

- Burgerocks tertinggal dalam variabel:
 - variasi menu makanan dan minuman (kentang, chicken wing, softdrink)

- Besarnya porsi
- Ketersediaan berbagai jenis burger (Cheese, chicken , fish burger, dll)
- Ketersediaan berbagai macam bumbu (Sambal, Saus tomat, Mustard, Mayo, Cheese sauce, dll)
- Adanya promosi dalam hari-hari raya
- Adanya potongan khusus untuk pelajar dan mahasiswa
- Lokasi di dalam atau dekat area mall
- Tempat dine in yang luas (Jumlah kursi dan meja)
- Kenyamanan lokasi (suhu, tempat duduk yang nyaman, dll)
- Area parkir yang cukup (luas)
- Papan nama yang terlihat jelas dari sekitar lokasi
- Kebersihan pelayan
- Kerapihan pelayan

5. Proses STP Burgerocks sebagai berikut:

- *Segmentation dan Targeting*
 1. Berdasarkan Demografi
Pekerjaan yang dituju adalah Mahasiswa dan Pegawai Swasta
 2. Berdasarkan Geografis
Asal daerah yang dituju adalah Bandung, dan Lokasi tempat tinggalnya yang berada di sekitar daerah Dago.
 3. Berdasarkan Perilaku
 - Penghasilan konsumen berkisar antara Rp. 400.001 – Rp. 5.000.000
 - Pengeluaran untuk burger berkisar antara Rp. 30.001 – Rp. 50.000
 - Memiliki hobi olahraga dan wisata kuliner
- *Positioning*

Burgerocks dapat melakukan *positioning* dan menanamkan di benak konsumen bahwa Burgerocks adalah *Burger Bar* dengan tempat

yang nyaman, rasa yang enak, dan harga yang murah. Oleh karena itu, slogan “*Cozy, Tasty, Keep Calm and Everybody can Eat*” merupakan slogan yang cocok untuk Burgerocks. Bila dipadukan dengan slogan yang sudah ada yaitu, “*Eat with Attitude*” maka dihasilkan “*Cozy, Tasty, Keep Calm, and Everybody can Eat with Attitude*” untuk menanamkan di benak konsumen dan masih mendapatkan tujuan dari pemilik untuk menyampaikan pesannya kepada konsumen.

6. Upaya yang dapat dilakukan oleh Burgerocks adalah:

1. Variabel 19 → Kebersihan pelayan

- Menerapkan SOP baru contohnya selalu mencuci tangan, membawa pakaian lebih dari 1 untuk berjaga-jaga terkena noda.
- Mengadakan seleksi lebih detail untuk penerimaan pelayan, seperti latar belakang, kebiasaan, dll
- Memberikan seragam agar terlihat lebih rapi dan profesional.

2. Variabel 20 → Kerapihan pelayan

- Menerapkan SOP baru contohnya membuat seragam pelayan, baju tidak boleh kusut, dll.
- Mengadakan seleksi lebih detail untuk penerimaan pelayan, seperti latar belakang, kebiasaan, dll
- Memberikan seragam agar terlihat lebih rapi dan profesional.

3. Variabel 4 → Ketersediaan berbagai jenis burger

- Menambah variasi burger yaitu *Chicken Burger, Vegetarian Burger, Fish Burger*, dll.

4. Variabel 11 → Adanya potongan khusus untuk pelajar dan mahasiswa

- Membuat diskon untuk pelajar dan mahasiswa di hari tertentu.

5. Variabel 18 → Adanya papan nama yang terlihat di sekitar lokasi

- Memperbesar papan nama, jika memiliki dana lebih, hiasi papan nama dengan lampu agar lebih mencolok.

6. Variabel 10 → Adanya promosi di hari-hari raya

- Memberikan potongan khusus saat hari raya seperti Natal, Lebaran, Imlek, Valentine.
 - Memberikan paket khusus saat acara tertentu, seperti paket pasangan untuk Valentine, paket keluarga untuk Imlek, Natal, Lebaran.
7. Variabel 14 → Kenyamanan lokasi
- Memperkecil suara speaker.
 - Memberi pembatas dari tempat makan dengan area luar, misal pagar, kaca, dll
8. Variabel 13 → Tempat *dine in* yang luas
- Memperlebar area tempat makan.
 - Menambah tempat duduk
9. Variabel 16 → Area Parkir yang cukup luas
- Bekerjasama dengan gedung sekitar untuk tempat parkir.
 - Bekerjasama dengan tukang parkir untuk mengatur tempat parkir.
10. Variabel 2 → Variasi menu makanan dan minuman
- Menambah variasi makanan seperti *Chicken Wing, Salad, Mash Potato*, dll.
 - Menambah variasi minuman seperti *Lemon Tea, Coffee*, dll.
11. Variabel 5 → Ketersediaan berbagai macam jenis bumbu
- Menambah macam bumbu.
12. Variabel 3 → Besarnya porsi
- Menambah besarnya roti agar burger terlihat lebih besar.
 - Menambahkan makanan pendamping seperti kentang, salad, dll.
13. Variabel 12 → Lokasi di dalam atau dekat area mall
- Memindahkan lokasi ke tempat yang lebih dekat atau berada di dalam mall.
14. Variabel 6 → Aroma yang menggugah selera
- Menambahkan atau meracik resep agar makanan beraroma lebih baik.

15. Variabel 21 → Kebersihan lokasi tempat makan
 - Membuat *Job Desk* baru seperti menyapu area makan dalam durasi rutin tertentu, membereskan meja makan segera setelah konsumen meninggalkan tempat makannya, dll.
16. Variabel 27 → Kebersihan dapur
 - Menata kembali dapur agar terlihat rapih dan menjadi bersih.
 - Membuang setiap barang yang tidak terpakai agar tidak berserakan.
 - Menutup dapur terutama di bagian memasak agar tidak terkontaminasi dari luar.
 - Membersihkan dapur secara rutin dalam durasi tertentu.
17. Variabel 28 → Sterillisasi dalam pembuatan produk
 - Membuat SOP dimana pelayan harus menggunakan sarung tangan plastik dan mencuci tangan sebelum memasak.
 - Mengurangi kontak bahan makanan dengan udara luar baik saat penyimpanan ataupun saat proses pembuatan makanan.
18. Variabel 1 → Rasa burger yang enak
 - Mengembangkan resep agar rasa dapat meningkat, kalau perlu mendirikan departemen *Research and Development*.
19. Variabel 29 → Kesesuaian produk yang datang dengan yang dipesan
 - Menanyakan kembali kepada konsumen tentang produk yang dipesannya.
 - Membuat catatan yang jelas tentang pesanan.
 - Membuat nomor meja.
 - Melatih pelayan.
20. Variabel 8 → Kesesuaian harga burger yang ditawarkan dengan rasa
 - Meminta timbal balik dari konsumen tentang rasa burger sehingga mengetahui kepuasan dan dapat melakukan improvisasi jika ada kekurangan.

21. Variabel 26 → Kesiediaan pelayan untuk menjelaskan produk atau sesuatu
 - Membuat SOP dimana pelayan harus mau menerangkan kepada calon konsumen tentang produk.
 - Melatih pengetahuan pelayan tentang produk burger yang ada dalam menu.
 - Proses seleksi pelayan yang lebih detail seperti tingkat kesabaran, konsentrasi, dll.
22. Variabel 30 → Kecepatan pembuatan produk dari pemesanan sampai ke tangan pembeli
 - Melatih pelayan agar mampu membuat produk lebih cepat.
 - Menambah jumlah pelayan.
 - Menambah jumlah alat dan mesin.
 - Memperbaharui mesin dengan kinerja yang lebih cepat.
23. Variabel 24 → Ketanggapan pelayan
 - Melatih pelayan agar lebih tanggap.
 - Menambah jumlah pelayan.
 - Memberikan *self-service* pada konsumen bila terdapat beberapa keinginan konsumen yang terjadi berulang-ulang dari para konsumen seperti tissue, sambal, saus tomat, dll.
24. Variabel 9 → Kesesuaian harga burger dengan porsi
 - Meminta timbal balik dari konsumen tentang rasa burger sehingga mengetahui kepuasan dan dapat melakukan improvisasi jika ada kekurangan.
25. Variabel 25 → Kecepatan melayani konsumen
 - Melatih pelayan agar lebih tanggap.
 - Menambah jumlah pelayan.
 - Memberikan *self-service* pada konsumen bila terdapat beberapa keinginan konsumen yang terjadi berulang-ulang dari para konsumen seperti tissue, sambal, saus tomat, dll.

26. Variabel 23 → Keramahan pelayan
 - Melatih pelayan untuk bersikap sabar dan ramah.
 - Membuat SOP seperti tersenyum, menyapa, dll.
 - Proses seleksi pelayan yang lebih detail seperti tingkat kesabaran, kebiasaan, respon, dl.
27. Variabel 15 → Suasana
 - Menutup area makan sehingga tidak terganggu oleh sumber dari luar seperti bising, debu, atau suasana macet.
 - Memutar musik dan menggantinya bila ada *request* dari konsumen.
28. Variabel 22 → Volume musik tidak mengganggu aktifitas
 - Bertanya pada konsumen tentang volume suara.
 - Tanggap bila ada konsumen yang merasa terganggu baik berbicara secara langsung atau dari gerak-gerik konsumen.
29. Variabel 7 → Harga yang ditawarkan lebih murah dari produk sejenis
 - Selalu mengecek harga pesaing.
 - Menekan biaya-biaya yang seharusnya bisa dibuang.
30. Variabel 17 → Jam operasional yang relatif panjang
 - Membuka kedai 24 jam.
 - Menambah shift pelayan.

6.2. Saran

Saran untuk Burgerocks dan penelitian lebih lanjut:

1. Pencarian pesaing menggunakan *Top of Mind* kurang tepat, karena belum tentu peringkat *Top of Mind* merupakan pesaing yang seimbang dan berada di kelas yang sama.
2. Karena pembagian kuesioner di Elshaddai Creative Community cenderung homogen, maka penyebaran kuesioner lebih baik dilakukan di tempat umum yang lebih heterogen.
3. Untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian ini dan membahas hal yang ada dalam pembatasan masalah yaitu tentang:

1. Menghadapi produk substitusi
2. Menurunnya daya beli konsumen

Diharapkan dengan pembahasan lebih lanjut akan didapatkan hasil yang lebih detail dan optimal untuk meningkatkan penjualan Burgerocks.