

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor–faktor yang menurut konsumen penting dalam memilih suatu restoran atau tempat makan ramen adalah:
 - Variasi menu jenis kuah ramen yang ditawarkan
 - Variasi tingkat kepedasan kuah ramen yang ditawarkan
 - Variasi menu jenis makanan lain yang ditawarkan
 - Kesegaran bahan makanan yang digunakan
 - Kenikmatan rasa makanan yang disajikan
 - Kenikmatan rasa minuman yang disajikan
 - Konsistensi rasa makanan yang disajikan
 - Konsistensi rasa minuman yang disajikan
 - Makanan atau minuman yang disajikan higienis
 - Harga makanan sesuai dengan porsi makanan yang disajikan
 - Harga minuman sesuai dengan porsi minuman yang disajikan
 - Harga makanan atau minuman sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
 - Harga makanan atau minuman yang bersaing dengan tempat makan / restoran lain yang sejenis
 - Letak counter yang mudah ditemui
 - Promosi atau iklan melalui media jejaring sosial
 - Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
 - Kesopanan pegawai dalam melayani konsumen
 - Pengetahuan pegawai dalam menjelaskan menu makanan atau minuman yang ditawarkan
 - Kebersihan dari peralatan makan

- Ketersediaan daftar menu yang lengkap
 - Ketersediaan bahan pelengkap tambahan, seperti saus dan sambal
 - Kecepatan dalam penyajian makanan
 - Kecepatan dalam penyajian minuman
 - Ketepatan menu pesanan yang datang
 - Ketepatan penghitungan jumlah pembayaran pemesanan
2. Tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall) adalah sebagai berikut:
Terdapat 5 atribut pernyataan yang dinyatakan tidak puas, berikut 5 atribut pernyataan yang dinyatakan tidak puas:
- Ketersediaan daftar menu yang lengkap
 - Pengetahuan pegawai dalam menjelaskan menu makanan atau minuman yang ditawarkan
 - Harga makanan atau minuman yang bersaing dengan tempat makan / restoran lain yang sejenis
 - Kebersihan dari peralatan makan
 - Kecepatan dalam penyajian makanan
3. Tingkat kinerja dan kepentingan dari Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall) adalah sebagai berikut:
Nilai rata-rata dari hasil rata-rata tingkat kinerja terhadap setiap atribut pernyataan yaitu sebesar 3,333. Nilai rata-rata dari hasil rata-rata tingkat kepentingan terhadap setiap atribut pernyataan yaitu sebesar 3,295. Berdasarkan hasil rata-rata dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk setiap atribut didapatkan nilai rata-rata diatas 3. Hasil nilai rata-rata tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk setiap atributnya tinggi, sehingga tidak ada atribut pernyataan yang diabaikan. Dilihat dari prioritas perbaikan terdapat atribut pernyataan yang perlu diperbaiki yaitu:

- Harga makanan atau minuman yang bersaing dengan tempat makan / restoran lain yang sejenis
 - Pengetahuan pegawai dalam menjelaskan menu makanan atau minuman yang ditawarkan
 - Kebersihan dari peralatan makan
 - Ketersediaan daftar menu yang lengkap
4. Keunggulan dan kelemahan Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall) dibandingkan dengan pesaing adalah sebagai berikut:
- Atribut yang unggul (Tenno Ramen House urutan peringkat 1):
 - Atribut 1 : Variasi menu jenis kuah ramen yang ditawarkan.
 - Atribut 3 : Variasi menu jenis makanan lain yang ditawarkan.
 - Atribut 5 : Kenikmatan rasa makanan yang disajikan.
 - Atribut 7 : Konsistensi rasa makanan yang disajikan.
 - Atribut 9 : Makanan atau minuman yang disajikan higienis.
 - Atribut 12 : Harga makanan atau minuman sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
 - Atribut 15 : Promosi atau iklan melalui media jejaring sosial.
 - Atribut 17 : Kesopanan pegawai dalam melayani konsumen.
 - Atribut yang bersaing (Tenno Ramen House urutan peringkat 2):
 - Atribut 2 : Variasi tingkat kepedasan kuah ramen yang ditawarkan.
 - Atribut 4 : Kesegaran bahan makanan yang digunakan.
 - Atribut 8 : Konsistensi rasa minuman yang disajikan.
 - Atribut 23 : Kecepatan dalam penyajian minuman.
 - Atribut 24 : Ketepatan menu pesanan yang datang.
 - Atribut 25 : Ketepatan penghitungan jumlah pembayaran pemesanan.
 - Atribut yang tertinggal (Tenno Ramen House urutan peringkat 2):
 - Atribut 6 : Kenikmatan rasa minuman yang disajikan.

- Atribut 10 : Harga makanan sesuai dengan porsi makanan yang disajikan.
- Atribut 11 : Harga minuman sesuai dengan porsi minuman yang disajikan.
- Atribut 13 : Harga makanan atau minuman yang bersaing dengan tempat makan / restoran lain yang sejenis.
- Atribut 14 : Letak counter yang mudah ditemui.
- Atribut 16 : Keramahan pegawai dalam melayani konsumen.
- Atribut 18 : Pengetahuan pegawai dalam menjelaskan menu makanan atau minuman yang ditawarkan.
- Atribut 19 : Kebersihan dari peralatan makan.
- Atribut 20 : Ketersediaan daftar menu yang lengkap.
- Atribut 21 : Ketersediaan bahan pelengkap tambahan, seperti saus dan sambal.
- Atribut 22 : Kecepatan dalam penyajian makanan.

5. *Segmentation, targeting, dan positioning* Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall) adalah sebagai berikut:

➤ ***Segmentation***

• **Demografis**

- Pekerjaan
- Rata-rata uang saku per bulan (untuk pelajar/ mahasiswa)
- Rata-rata penghasilan per bulan (untuk pegawai/ karyawan dan wirausaha)

• **Geografis**

- Tempat tinggal

• **Psikografi dan Perilaku**

- Menyukai makanan pedas
- Membeli makanan untuk dibawa pulang
- Senang mendengar radio

- Pengguna kartu kredit
- Sumber Informasi
- Pilihan menu pesanan
- Biaya yang dikeluarkan
- Jam kedatangan
- Datang bersama siapa
- Alasan mengunjungi

➤ **Targeting**

Target pasar dari Tenno Ramen House adalah sebagai berikut:

- Pekerjaan:
Status pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa dan pegawai/
karyawan.
- Rata-rata uang saku per bulan (untuk pelajar/ mahasiswa):
Rata-rata uang saku per bulan pada rentang Rp 1.000.000,00 –
kurang dari Rp 2.000.000,00.
- Rata-rata penghasilan per bulan (untuk pegawai/ karyawan dan
wirausaha):
Rata-rata penghasilan per bulan pada rentang Rp 2.000.000,00 –
kurang dari Rp 5.000.000,00.
- Tempat tinggal:
Berdomisili di daerah Bandung Barat dan Bandung Tengah
- Biaya yang dikeluarkan:
Rp. 25.000 – kurang dari Rp. 30.000 untuk biaya makanan per satu
orang dan per satu kali datang.

➤ **Positioning**

Tenno Ramen House memposisikan dirinya berdasarkan keunggulan yang dimilikinya dibandingkan dengan para pesaing yaitu unggul dalam variasi menu jenis makanan lain yang ditawarkan. Dimana variasi menu jenis makanan lain yang ditawarkan dapat

dikelompokkan kedalam beberapa jenis menu makanan, yaitu berupa menu *rice set*, *rice bowl*, *curry rice*, dan yakimeshi.

6. Upaya perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall) untuk dapat meningkatkan penjualan agar mencapai target adalah sebagai berikut:

Usulan Berdasarkan Pengelompokan Bauran Pemasaran:

- **Product**

- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House menyediakan menu minuman yang bervariasi.
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House melakukan pelatihan mengenai proses pembuatan minuman terhadap pegawai/pelayan.
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House menyediakan bahan makanan yang masih segar dan menambahkan variasi tingkat kepedasan yang ditawarkan.

- **Price**

- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House menentukan kisaran harga jual sesuai dengan target pasar yang didapat (biaya makan per satu orang dan per satu kali datang) yaitu dengan kisaran biaya yang dikeluarkan pada rentang Rp. 25.000 – kurang dari Rp. 30.000.
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House menyediakan menu minuman dan makanan dengan porsi yang lebih besar.

- **Place**

Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House menambahkan ciri khusus dan pemasangan papan nama yang jelas pada counter.

- **Promotion**

- Melakukan promosi melalui media elektronik dan jejaring sosial.
- Menyediakan paket hemat.

- **People**

- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House memberikan pemahaman terhadap pegawai/ pelayan mengenai berbagai jenis menu makanan dan minuman yang ditawarkan.
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House memberikan pengarahan terhadap pegawai/ pelayan mengenai cara pelayanan terhadap konsumen.

- **Physical Evidence**

- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House melakukan klasifikasi jenis menu makanan yang ditawarkan (menu rice bowl dapat ditampilkan sebagai menu utama) dan menerapkan standar operasional prosedur (pembersihan peralatan makanan).
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House menyediakan bahan pelengkap tambahan dengan cara menyertakan bahan pelengkap tersebut bersamaan dengan pengantaran menu yang dipesan konsumen.

- **Process**

- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House melakukan pelatihan mengenai proses pembuatan dan penyajian makanan terhadap setiap pegawai atau pelayan (selain cheff).
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House memberikan pengarahan terhadap pegawai/ pelayan mengenai cara pelayanan terhadap konsumen.
- Dimana sebaiknya manajemen Tenno Ramen House melakukan pelatihan mengenai proses pembuatan minuman.

6.2. Saran

1. Saran untuk Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall)

Saran bagi Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall), yaitu agar dapat meningkatkan strategi pemasarannya dengan melaksanakan usulan-usulan yang diberikan oleh penulis dibagian kesimpulan.

2. Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut

Pada penelitian selanjutnya perlu meneliti kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall).