

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dianalisa, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut :

1. Dari hasil penyebaran kuesioner pendahuluan yang dilakukan kepada 20 orang responden, diperoleh 20 karakteristik kebutuhan konsumen yang dianggap penting oleh konsumen yakni :
 1. Menu makanan bervariasi
 2. Rasa makanan sesuai selera
 3. Makanan disajikan dalam keadaan hangat
 4. Harga makanan sesuai dengan porsi yang disajikan
 5. Lokasi mudah dijangkau
 6. Poster yang jelas dalam menginformasikan promosi yang ada
 7. Diskon harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
 8. Meja makan bersih
 9. Lantai bersih
 10. Peralatan makan bersih
 11. Toilet bersih
 12. Wastafel bersih
 13. Tersedianya sabun cuci tangan di wastafel
 14. Tampilan daftar menu makanan menarik
 15. Tersedianya sarana kritik dan saran
 16. Ada tukang parkir di lapangan depan
 17. Kecepatan penyajian makanan dan minuman
 18. Kemudahan dalam proses pembayaran
 19. Kemudahan dalam mendapatkan tempat parkir di lapangan depan
 20. Kemudahan pelayanan delivery

2. Terdapat 10 indikator variabel yang kesenjangan sudah memiliki nilai positif atau sudah memenuhi harapan pelanggan yakni :

1. Lokasi mudah dijangkau
2. Tersedianya sabun cuci tangan di wastafel
3. Kecepatan penyajian makanan dan minuman
4. Poster yang jelas dalam menginformasikan promosi yang ada
5. Kemudahan dalam proses pembayaran
6. Rasa makanan sesuai selera
7. Harga makanan sesuai dengan porsi yang disajikan
8. Tampilan daftar menu makanan menarik
9. Kemudahan pelayanan delivery
10. Diskon harga untuk pembelian dalam jumlah banyak

Selain itu, terdapat pula 10 indikator variabel yang memiliki nilai kesenjangan yang masih memiliki nilai negatif yakni :

1. Menu makanan bervariasi
2. Makanan disajikan dalam keadaan hangat
3. Meja makan bersih
4. Toilet bersih
5. Wastafel bersih
6. Ada tukang parkir di lapangan depan
7. Lantai bersih
8. Kemudahan dalam mendapatkan tempat parkir di lapangan depan
9. Peralatan makan bersih
10. Tersedianya sarana kritik dan saran

Kesepuluh indikator yang masih bernilai negatif berarti bahwa indikator-indikator tersebut masih memerlukan perbaikan agar mampu memenuhi harapan dari pelanggan.

3. Perusahaan memiliki 21 karakteristik teknik untuk masing-masing kebutuhan konsumen dimana masing-masing karakteristik teknik perusahaan tersebut dilakukan untuk memenuhi karakteristik kebutuhan konsumen. 21 karakteristik teknik perusahaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Membuat variasi makanan baru
2. Adanya SOP dalam memberikan pelayanan
3. Menggunakan bahan baku yang baik
4. Makanan segera disajikan
5. Penentuan harga yang tepat
6. Lokasi dekat berbagai tempat wisata
7. Poster besar di luar dan dalam toko
8. Ada paket-paket ayam bakar dan goreng
9. Ada karyawan yang membersihkan meja
10. Ada karyawan yang membersihkan lantai
11. Ada karyawan yang membersihkan peralatan makan
12. Ada karyawan yang membersihkan toilet
13. Ada karyawan yang membersihkan wastafel
14. Ada karyawan yang mengisi ulang sabun
15. Menggunakan jasa designer untuk menu
16. Karyawan menerima kritik dan saran
17. Terdapat beberapa tukang parkir
18. Jumlah karyawan memadai
19. Tersedia mesin untuk pembayaran debit
20. Lapangan parkir cukup luas
21. Pemesanan melalui sms dan telepon

4. Masing-masing karakteristik kebutuhan konsumen dan upaya perusahaan untuk menanggulangnya adalah melalui karakteristik teknik perusahaan. Karakteristik-karakteristik tersebut memiliki hubungan yang berbeda satu dengan yang lain. Hubungan ini menunjukkan ketepatan pemilihan karakteristik teknik perusahaan dalam menanggulangi karakteristik kebutuhan konsumen dimana semakin kuat hubungan antara karakteristik kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknik perusahaan menunjukkan bahwa karakteristik teknik perusahaan yang tepat. Berikut adalah hasil pengolahan mengenai hubungan antara karakteristik-karakteristik tersebut :

1. Terdapat 27 karakteristik-karakteristik teknik perusahaan yang memiliki hubungan kuat :

1. “Membuat variasi makanan baru” dengan “Menu makanan bervariasi”
2. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Rasa makanan sesuai selera”
3. “Menggunakan bahan baku yang baik” dengan “Rasa makanan sesuai selera”
4. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Makanan disajikan dalam keadaan hangat”
5. “Makanan segera disajikan” dengan “Makanan disajikan dalam keadaan hangat”
6. “Penentuan harga yang tepat” dengan “Harga makanan sesuai dengan porsi yang disajikan”
7. “Lokasi dekat berbagai tempat wisata” dengan “Lokasi mudah dijangkau”
8. “Poster besar di luar dan dalam toko” dengan “Poster yang jelas dalam menginformasikan promosi yang ada”
9. “Ada paket-paket ayam bakar dan goreng” dengan “Diskon harga untuk pembelian dalam jumlah banyak”
10. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Meja makan bersih”
11. “Ada karyawan yang membersihkan meja” dengan “Meja makan bersih”
12. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Lantai bersih”
13. “Ada karyawan yang membersihkan lantai” dengan “Lantai bersih”

14. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Peralatan makan bersih”
15. “Ada karyawan yang membersihkan peralatan makan” dengan “Peralatan makan bersih”
16. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Toilet bersih”
17. “Ada karyawan yang membersihkan toilet” dengan “Toilet bersih”
18. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Wastafel bersih”
19. “Ada karyawan yang membersihkan wastafel” dengan “Wastafel bersih”
20. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Tersedianya sabun cuci tangan di wastafel”
21. “Ada karyawan yang mengisi ulang sabun” dengan “Tersedianya sabun cuci tangan di wastafel”
22. “Menggunakan jasa designer untuk menu” dengan “Tampilan daftar menu makanan menarik”
23. “Terdapat beberapa tukang parkir” dengan “Ada tukang parkir di lapangan depan”
24. “Jumlah karyawan memadai” dengan “Kecepatan penyajian makanan dan minuman”
25. “Tersedia mesin untuk pembayaran debit” dengan “Kemudahan dalam proses pembayaran”
26. “Lapangan parkir cukup luas” dengan “Kemudahan dalam mendapatkan tempat parkir di lapangan depan”
27. “Pemesanan melalui sms dan telepon” dengan “Kemudahan pelayanan *delivery*”

2. Terdapat 4 karakteristik-karakteristik teknik perusahaan yang memiliki hubungan sedang :
 1. “Karyawan menerima kritik dan saran” dengan “Tersedianya sarana kritik dan saran”
 2. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Kecepatan penyajian makanan dan minuman”
 3. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Kemudahan dalam proses pembayaran”
 4. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Kemudahan pelayanan *delivery*”

Tidak terdapat karakteristik-karakteristik teknik perusahaan yang memiliki hubungan lemah.

5. Diantara karakteristik-karakteristik teknik perusahaan, terdapat karakteristik-karakteristik yang memiliki korelasi positif (+) yang mana menunjukkan bahwa perubahan pada salah satu karakteristik tersebut menimbulkan dampak positif pada karakteristik teknik yang terkait dan perubahan karakteristik teknik tersebut bersifat sejajar. Karakteristik-karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

1. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” dengan “Menggunakan bahan baku yang baik”, “Makanan segera disajikan”, “Ada karyawan yang membersihkan meja”, “Ada karyawan yang membersihkan lantai”, “Ada karyawan yang membersihkan peralatan makan”, “Ada karyawan yang membersihkan toilet”, “Ada karyawan yang membersihkan wastafel”, “Ada karyawan yang mengisi ulang sabun ”, “Jumlah karyawan memadai”, “Tersedia mesin untuk pembayaran debit”, dan “Pemesanan melalui sms dan telepon”
2. “Jumlah karyawan memadai” dengan “Makanan segera disajikan” dan “Pemesanan melalui sms dan telepon”

6. Dari karakteristik-karakteristik teknik perusahaan, terdapat target yang ingin dicapai oleh perusahaan dari setiap karakteristik-karakteristik teknik tersebut yakni :
 1. “Membuat variasi makanan baru” bertujuan agar “ Terdapat variasi makanan baru”
 2. “Adanya SOP dalam memberikan pelayanan” bertujuan agar “Pelayanan sesuai dengan yang diharapkan”
 3. “Menggunakan bahan baku yang baik” bertujuan agar “Kualitas bahan baku terjamin”
 4. “Makanan segera disajikan” bertujuan agar “Makanan sampai dalam keadaan hangat”
 5. “Penentuan harga yang tepat” bertujuan agar “Harga yang diberikan terjangkau”
 6. “Lokasi dekat berbagai tempat wisata” bertujuan agar “Kemudahan pelanggan ke berbagai lokasi lainnya”
 7. “Poster besar di luar dan dalam toko” bertujuan agar “Pelanggan mengetahui promosi-promosi yang ada”
 8. “Ada paket-paket ayam bakar dan goreng” bertujuan agar “Harga yang diberikan terjangkau”
 9. “Ada karyawan yang membersihkan meja” bertujuan agar “Meja bersih setiap dibutuhkan”
 10. “Ada karyawan yang membersihkan lantai ” bertujuan agar “Lantai bersih setiap dibutuhkan”
 11. “Ada karyawan yang membersihkan peralatan makan” bertujuan agar “Peralatan makan bersih setiap dibutuhkan”
 12. “Ada karyawan yang membersihkan toilet” bertujuan agar “Toilet bersih setiap dibutuhkan”
 13. “Ada karyawan yang membersihkan wastafel” bertujuan agar “Wastafel bersih setiap dibutuhkan”
 14. “Ada karyawan yang mengisi ulang sabun” bertujuan agar “Terdapat sabun setiap dibutuhkan”

15. “Menggunakan jasa designer untuk menu” bertujuan agar “Menu terlihat menarik”
 16. “Karyawan menerima kritik dan saran” bertujuan agar “Pelanggan dapat memberikan kesan dan pesan terhadap perusahaan”
 17. “Terdapat beberapa tukang parkir” bertujuan agar “Membantu pelanggan untuk parkir”
 18. “Jumlah karyawan memadai” bertujuan agar “Pelanggan tidak menunggu terlalu lama”
 19. “Tersedia mesin untuk pembayaran debit” bertujuan agar “Pelanggan dapat membayar dengan mudah”
 20. “Lapangan parkir cukup luas” bertujuan agar “Pelanggan dapat parkir dengan mudah”
 21. “Pemesanan melalui sms dan telepon” bertujuan agar “Pelanggan dapat memesan dengan mudah”
7. Untuk mengetahui prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan, perusahaan dapat melihat dari penetapan nilai kepentingan relatif yang memiliki nilai tertinggi. Semakin tinggi nilai kepentingan relatif yang ada, maka perusahaan harus semakin mengutamakan karakteristik tersebut, dalam hal ini angka 5.95% adalah yang tertinggi dan terdapat 9 karakteristik-karakteristik teknik perusahaan yang memiliki nilai kepentingan relatif sebesar 5.95%, hal ini terjadi karena perusahaan memiliki karakteristik teknik yang cenderung berbeda untuk setiap karakteristik kebutuhan konsumen yang ada sehingga tidak terdapat kesenjangan nilai kepentingan relatif yang signifikan untuk setiap karakteristik teknik yang ada. Karakteristik-karakteristik tersebut yakni :
1. Membuat variasi makanan baru
 2. Makanan segera disajikan
 3. Ada karyawan yang membersihkan meja
 4. Ada karyawan yang membersihkan lantai
 5. Ada karyawan yang membersihkan peralatan makan

6. Ada karyawan yang membersihkan toilet
7. Ada karyawan yang membersihkan wastafel
8. Terdapat beberapa tukang parkir
9. Lapangan parkir cukup luas

Kemudian untuk karakteristik kebutuhan konsumen, prioritas perbaikan yang harus dilakukan perusahaan adalah dimensi yang memiliki nilai kesenjangan negatif terbesar yakni dimensi *People* sebesar (-0.66).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada Rumah Makan Cikole, terdapat beberapa saran yang diharapkan mampu meningkatkan kinerja *Marketing Mix* dari Rumah Makan Cikole yakni :

1. Dilihat dari karakteristik teknik yang ada di perusahaan, perusahaan harus melakukan perbaikan pada 9 karakteristik-karakteristik teknik yang memiliki persentase nilai kepentingan relatif yang terbesar sebesar 5.95%. Berikut adalah salah satu upaya untuk masing-masing karakteristik yang diharapkan mampu meningkatkan kinerja *Marketing Mix* Rumah Makan Cikole:
 1. Membuat variasi makanan baru
 2. Makanan segera disajikan
 3. Ada karyawan yang membersihkan meja
 4. Ada karyawan yang membersihkan lantai
 5. Ada karyawan yang membersihkan peralatan makan
 6. Ada karyawan yang membersihkan toilet
 7. Ada karyawan yang membersihkan wastafel
 8. Terdapat beberapa tukang parkir
 9. Lapangan parkir cukup luas

2. Dilihat dari karakteristik kebutuhan konsumen, dimensi yang paling membutuhkan perbaikan adalah dimensi :

1. People

1. Ada tukang parkir di lapangan depan

2. Physical Evidence

1. Meja makan bersih

2. Toilet bersih

3. Wastafel bersih

4. Lantai bersih

5. Peralatan makan bersih

3. Product

1. Menu makanan bervariasi

2. Makanan disajikan dalam keadaan hangat

Daftar Pustaka

- Aaker, D.A., V. Kumar, R. Leone, and G.S. Day.(2011). 10th edition. *Marketing Research*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Boone, L. E. dan D. L. Kurtz. (2011). 14th edition. *Contemporary business*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Daft, R.L. 2006. *Manajemen*. Edisi keenam. Salemba empat, Jakarta.
- Fitzsimmons, J.A. and M.J. Fitzsimmons. (2011). 7th edition. *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hasibuan, M.S.P. (2006). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heizer, J. and B. Render. (2011). 10th edition. *Operation Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P and G. Armstrong. (2012). 14th edition. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. and K. L. Keller. (2012). 14th edition. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C and J. Wirtz. (2011). *Service Marketing, People, Technology, Strategy*. New Jersey: Prentice Hall Upper Sadle River.
- Sekaran, U and R. Bougie. (2013). 6th edition. *Research Methods for Business*. UK: John Wiley & Sons, Ltd.
- Tjiptono, F dan A. Diana. (2003). *TQM (Total Quality Management)*. Yogyakarta: Andi offset.

Refrensi dari Internet:

<http://www.restofocus.com/2015/10/3-faktor-yang-memberikan-dampak-positif.html>.

(2015, 28 Oktober). “3 Faktor yang Memberikan Dampak Positif Bagi Perkembangan Restoran”.

<http://muhammadnoval24.blogspot.co.id/p/usaha-jasa-wisata-dan-usaha.html>. (2015, 14 September) “Usaha Jasa Wisata dan Usaha Sarana Wisata”.