

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian. Secara umum, dari hasil analisis SWOT peneliti menyimpulkan nilai kekuatan atau *strength* mendapatkan hasil yang besar, dengan begitu strategi pemasaran OMJOLA Resto dalam menghadapi persaingan memiliki kekuatan yang mampu bertahan di tengah persaingan antar resto sejenis yang begitu banyak.

Pembobotan terhadap faktor internal dan faktor eksternal merupakan nilai yang ditunjukkan pada kuadran SWOT. Nilai sumbu x yang didapat dari faktor internal dan sumbu y yang didapat dari faktor eksternal. Dari hasil perhitungan nilai x yaitu 2,375 dan penghitungan nilai y 1,836. Perhitungan tersebut menunjukkan bahawa nilai x dan nilai y sama-sama positif, sehingga posisi OMJOLA Resto berada pada kuadran I (positif, positif) pada analisis SWOT sehingga rekomendasi yang diperlukan oleh OMJOLA Resto adalah progresif, dimana strategi ini bisa dilakukan oleh OMJOLA Resto dengan cara meningkatkan penjualan dan meningkatkan kapasitas produksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa rekomendasi sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan

kebijakan strategi yang diambil untuk menghadapi persaingan maka peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Variasi makanan ditambah serta porsi suatu menu diberikan pilihan, contoh nya kentang goreng yang tersedia dalam ukuran small, regular, dan large
2. Membuat media sosial yang mayoritasnya digunakan oleh semua kalangan dalam melakukan promosi. Seperti memberikan potongan harga kepada konsumen yang mempromosikan OMJOLA Resto di akun media sosial mereka dengan cara men-tag akun sosial media, seperti instagram.
3. Memberikan kesempatan untuk konsumen memberikan aspirasi dengan cara menyediakan kotak saran, dilengkapi pulpen dan kertas untuk memudahkan konsumen. Hal tersebut untuk menjadi bahan evaluasi agar OMJOLA Resto semakin bisa memperbaiki faktor- faktor 4p yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat sebagai penunjang strategi pemasaran dan memiliki daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ali Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barrows, Clayton W., Tom Powers dan Dennis Reynolds. 2012. *Introduction To Management In The Hospitality Industry, Tenth Edition*. New Jersey: Waley.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gregoire, B.M. 2010. *Foodservice Organization*. United States: Prantice Hall.
- Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narimawati, Umi. 2010. *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Genesis.
- Subroto, Budiarto. 2011. *Pemasaran Industri*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Skripsi :

Intan Septiana Sari. 2019. *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Penjualan Nasi Kendil di Kopi BW*. Skripsi, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Lilis Wahidatul F. 2018. *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Merryana Dwi Saputri. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Bebek Belur di Kota Bandar Lampung*. Skripsi, Lampung: Universitas Lampung.

Jurnal


Cahyono, Puguh. 2016. *Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian pada PT. Prudential Cabang*

<http://journal.unisla.ac.id/pdf/113122016/puguh%20cahyono%20129-138.pdf>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT PENGANTAR PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
Jl. Laksda Adisudipto Km.6 (Tempal), Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281
Telp. (0271) 485115 - 485614 Website : www.ampta.ac.id Email : info@amptarad.ampta.ac.id

No. : 2019.AMPTA.00/001 Yogyakarta, 01 November 2021
Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth,
Bapak/Ibu
Manajemen Omah Jowo Luwas Resto
Bedingin, Sumberadi, Mlati,
Kabupaten Sleman
Yogyakarta

Dengan Hormat,



Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Bedingin, Sumberadi, Mlati, Kabupaten Sleman, Yogyakarta selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 02 November 2021 sampai dengan tanggal 02 Desember 2021, bagi mahasiswa kami dari Jurusan D-IV Pengeolaan Perhotelan:

Nama Mahasiswa : Anita Fka Oslayana
No Mahasiswa : 217100933
Semester : 18 (Sambilan).

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI OMAH JOWO LUWAS RESTO (OMJORA)". Adapun Penelitian akan dilaksanakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua



Tambahan :
- 1Bz

LAMPIRAN 2
SURAT BALASAN PENELITIAN



Omah Jowo Lawas "Omjola"
Bedingin, Sumberadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta

Yogyakarta, 13 November 2021

Kepada Yth,
Kerus SIP AMPTA Yogyakarta
Di tempat

Dengan hormat,

Selubungan dengan kami terima surat permohonan izin dari SIP AMPTA Yogyakarta Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan perihal izin melakukan penelitian dalam pencarian informasi/data pada restoran kami terkait dengan penyusunan Laporan Penelitian, dengan ini menyetujui dan memberi izin kepada :

Nama Mahasiswa : Anita Eka Oktavia
No Mahasiswa : 317100988
Semester : IX (Sembilan)

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Manajer

Aguslin


LAMPIRAN 3

HASIL WAWANCARA DENGAN RESPONDEN

Wawancara dengan Manager OMJOLA Resto

Nama : Dela Agustin

Pekerjaan : Manager OMJOLA Resto

Daftar pertanyaan

UMUM

1. Sudah berapa lama OMJOLA Resto ini berdiri ?

Jawab : *OMJOLA Resto ini sudah berdiri selama 2 tahun ya, terhitung dari tahun 2019.*

2. Apakah terdapat visi misi dan tujuan dari OMJOLA resto sendiri ?

Jawab : *Untuk visi kita sendiri adalah menjadi restoran besar yang di terima masyarakat banyak dan mengutamakan kemanfaatan masyarakat. Dengan misi mempertahankan cita rasa masakan, memprioritaskan pelanggan, memberikan pelayanan yang baik, memberikan tarif harga yang relatif terjangkau, serta menonjolkan interior Jawa Klasik.*

3. Apa saja sarana dan prasarana yang OMJOLA Resto miliki ?

Jawab : *Disini untuk fasilitasnya sudah terbilang lengkap, fasilitas umum seperti tempat parkir yang luas, toilet, mushola, ada meeting room, joglo untuk pernikahan dan fasilitas karaoke.*

4. Sudah berapa lama mbak dela mengelola resto ini ?

Jawab : *Kalau saya sendiri mengelola resto ini mulai tahun lalu ya 2020, yang sebelumnya dikelola oleh papa saya.*

5. Terdapat berapa karyawan yang bekerja disini? Dan bagaimana struktur organisasinya ?

Jawab : *Di OMJOLA Resto sendiri sudah mempunyai 12 karyawan yang terdiri dari, 4 cooker, 2 barista, 2 kasir, dan 4 waiter.*

PRODUK

1. Apa saja produk yang OMJOLA Resto jual? Menu yang paling best seller di OMJOLA Resto apa mbak? Mungkin lebih spesialis di Javanese kah atau apa?

Jawab : *Untuk menunya sendiri bisa dibilang lengkap yaa. Menu best seller disini untuk minuman itu es teler sama wedang jahe, kalau untuk makanan sendiri yang berkuah ada sop iga sama bakmi godhog, dan yang lainnya itu ingkung*

2. Apakah produk yang dijual oleh OMJOLA Resto sudah bervariasi?

Jawab : *Bagi saya pribadi sudah. Karna disini selain kita menjual menu makanan besar, ada juga menu camilan dan kopi untuk sekedar nongkrong.*

3. Untuk variasi sendiri ditentukan oleh owner atau ada masukan dari karyawan atau bahkan dari pelanggan mungkin?

Jawab : *Kebanyakan untuk variasi menu dari kita sendiri, tetapi kita juga menerima usulan baik dari karyawan maupun pelanggan. Contohnya untuk bakmi godhog sendiri itu dari awal tidak ada di menu, tetapi ada pelanggan yang menanyakan kenapa tidak ada bakmi godhog, lalu kita coba untuk membuatnya dan ternyata banyak pelanggan yang suka*

4. Bagaimana cara mbak dela menentukan jumlah persediaan produk? Apa setiap harinya sudah ditentukan berapa porsi untuk persediaannya atau tergantung ketersediaan bahan baku ?

Jawab : *Kalau disini biasanya tergantung ketersediaan bahan baku.*

5. Untuk persediaan bahan baku, apakah ada supplier tetap atau kulakan (istilahnya)?

Jawab : *Kita sudah ada supplier, jadi preorder setiap malam harinya dan kita ambil setiap pagi.*

HARGA

1. Bagaimana cara menentukan harga produk yang akan dijual di OMJOLA Resto ini?

Jawab : *Kita ada perhitungan sendiri yang disesuaikan dengan harga setiap bahan bakunya.*

2. Bagaimana dengan system pembayarannya? Sudah bisa cashless atau harus cash?

Jawab : *Disini sudah melayani pembayaran melalui cashless seperti QRIS, OVO, Shopeepay, Gopay dan Dana.*

3. Bagaimana cara menjaga kestabilan harga disini mbak? Apakah disesuaikan dengan harga bahan bakunya? Jadi missal ada kenaikan harga bahan baku, nanti harga menu akan ikut naik atau stabil ?

Jawab : *Kalau selama ini masih tetap memakai harga awal, contohnya harga ayam itu kan naiknya dimomen tertentu seperti hari besar lebaran jadi harganya tetap, kecuali kalau harganya naik terus menerus mungkin nanti kita akan ada perubahan harga*

4. Apakah disini sering mengadakan diskon? Kalau iya sistemnya bagaimana mbak? Apa saat acara besar seperti Ramadhan, kemerdekaan dsb.

Jawab : *Biasanya kalau pelanggan yang udah sering kesini atau untuk yang booking pesanan banyak, dan juga para kolega kita kasih diskon*

PROMOSI

1. Apa saja media promosi yang digunakan oleh OMJOLA Resto?

Jawab : *Untuk promosi kita melakukan berbagai cara tentunya, seperti melalui metode mulut ke mulut, menggunakan Instagram, dan facebook. Kita juga bekerja sama dengan pihak event organizer untuk acara pernikahan, dan GOJEK*

2. Sejauh ini, apakah promosi tersebut memberikan keuntungan yang baik bagi OMJOLA Resto dalam hal menarik konsumen yang lebih banyak ?

Jawab : *Bisa dibilang sangat membantu ya, waktu itu kita sempat memasang iklan disalah satu akun destinasi di Instagram namanya @wonderfuljogja, setelah itu lumayan banyak pelanggan yang berdatangan.*

LOKASI

1. Apakah lokasi dari OMJOLA Resto ini ditentukan oleh owner? Alasan memilih lokasi disini

Jawab : *Pemilihan lokasi OMJOLA Resto ini ditentukan sama papa saya, yaitu dilahan kosong keluarga yang kebetulan letaknya tidak jauh dari jalan raya walaupun masih harus masuk gang*

2. Menurut mbak dela apakah lokasi ini sudah strategis?

Jawab : *Tempatnya cukup strategis karena dipinggir jalan raya.*

3. Apa tema dan nuansa yang diterapkan di OMJOLA Resto?

Jawab : *Sesuai namanya ya Omah Jowo Lawas, kita mengusung tema Jawa Klasik untuk bangunan dan furniturnya.*

Wawancara dengan karyawan OMJOLA Resto

Nama : Vira

Pekerjaan : Cooker

UMUM

1. Sudah berapa lama bekerja di OMJOLA Resto?

Jawab : *Kurang lebih sudah 6 bulan.*

2. Bagaimana pembagian tugas untuk setiap karyawannya?

Jawab : *Saya disini sebagai cooker, yaitu dibagian memasak ya.*

PRODUK

1. Bagaimana cara karyawan menjaga kualitas produk?

Jawab : *Kita selalu mengecek bahan pangan yang akan diolah itu masih layak atau tidak, disetiap menu sudah ada takarannya sendiri dan tidak boleh asal. Untuk bahan baku juga kita selalu menggunakan yang fresh, preorder setiap malam harinya dan kita ambil setiap pagi”*

2. Menu apa yang paling diminati pelanggan?

Jawaban : *Kalau untuk makanan berkuah itu ada bakmi godhog dan sop iga, dan yang lainnya ada ingkung.*

HARGA

1. Bagaimana cara menentukan harga?

Jawab : *Untuk harga sendiri sudah ditentukan oleh owner, jadi kita kurang tau untuk cara menentukan harganya bagaimana.*

PROMOSI

1. Apa saja media promosi yang digunakan oleh OMJOLA Resto?

Jawab : *Disini menggunakan beberapa media social seperti Instagram, Facebook, lalu Kerjasama dengan Gojek juga kak.*

2. Sejauh ini, apakah promosi tersebut memberikan keuntungan yang baik bagi OMJOLA Resto dalam hal menarik konsumen yang lebih banyak ?

Jawab : *Menurut saya iya, jadi semenjak OMJOLA Resto ini masuk di iklannya @wonderfuljogja jadi semakin ramai.*

LOKASI

1. Apakah lokasi ini sudah strategis?

Jawab : *Menurut saya sudah strategis ya, soalnya tempat ini sendiri sudah dekat dengan jalan raya.*

Wawancara dengan konsumen OMJOLA Resto

Nama : Rio

Pekerjaan : Mahasiswa

UMUM

1. Apa yang membuat anda tertarik untuk makan di OMJOLA Resto?

Jawab : *Selain karna harganya yang pas dikantong mahasiswa, salah satu alasan saya yaitu tertarik dengan furniture yang berbau jawa klasik, itulah yang membuat saya datang ke sini.*

PRODUK

1. Bagaimana kualitas rasa, porsi, dan penampilan dari produk di OMJOLA Resto ini?

Jawab : *Untuk kualitas rasa menurut saya sudah enak, porsinya juga nggak pelit, tampilan makanannya pun menarik.*

2. Menurut anda produk yang di jual OMJOLA Resto variatif?

Jawab : *Sangat variatif, saya sendiri sampai bingung memutuskan makanan mana yang akan dipesan haha.*

3. Produk apa yang biasanya anda beli dan sukai di OMJOLA Resto?

Jawab : *Karena ini kali pertama saya kesini dan menu yang saya pesan es teler dan sop iga mungkin untuk saat ini itu yang saya sukai. Next time saya mau kesini lagi coba menu lain.*

4. Bagaimana tanggapan anda terhadap produk di OMJOLA Resto?

Jawab : *Untuk produknya sendiri sudah variatif ya, banyak pilihan yang disediakan, jadi misal ada pengunjung yang belum pernah mencoba suatu menu disini sudah disediakan.*

HARGA

1. Apakah harga produk disini terjangkau?

Jawab : *Sangat terjangkau, nggak terlalu murah dan nggak terlalu mahal.*

2. Apakah harga yang dibayar sebanding dengan produk yang didapatkan?

Jawab : *Sebanding, dengan harga yang ditawarkan tersebut kita mendapatkan kenikmatan tersendiri dari makanan yang dijual.*

LOKASI

1. Apakah OMJOLA Resto strategis?

Jawab : *Tempatnya cukup strategis dipinggir jalan raya dekat dengan keramaian, mudah dijangkau juga. Akan tetapi untuk pelanggan yang belum mengenal daerah sini cukup kesulitan mencari lokasi karena masuk gang dan tidak terlihat dari jalan raya*

2. Bagaimana akses menuju ke OMJOLA Resto ini?

Jawab : *Bagi saya pribadi aksesnya mudah, mau menggunakan motor atau mobilpun masih bisa.*

3. Apa menurut anda fasilitas yang terdapat disini sudah memadai ?

Jawab : *Sudah, parkirannya sangat luas jadi tidak harus parkir dipinggir jalan dan mengganggu pengguna jalan lain. Ada fasilitas karaoke juga jadi konsumen nggak bosan.*


PROMOSI

1. Anda tau OMJOLA Resto ini darimana?

Jawab : *Saya awalnya tau OMJOLA Resto melalui akun Instagram @wonderfuljogja, saya tertarik karna konsepnya yang menarik dan variasi makanannya banyak, lalu saya membuka akun @omjola.resto dan mencari tau lokasinya.*

LAMPIRAN 4

LEMBAR BIMBINGAN




INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
JURUSAN TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
LABORATORIUM PERENCANAAN

NAMA PESERTA : Adi, Dan Gede
NO. IDENTITAS : 5010000000000000000
JUDUL PENELITIAN : _____

MATERI BAHASAN : Dasar-dasar Perencanaan NAMA PEMBIMBING : Dr. Ir. H. Soedjadi, M. Sc.

NO.	TANGGAL	ISI BAHASAN	WAKTU
1.	1/6	- Struktur Pondasi, Tumpuan	
		- ...	
		- ...	
		- ...	
		- ...	
2.	1/6	- Struktur Pondasi - Baja, Pk	
		- ...	
		- ...	
		- ...	
		- ...	
3.	1/6	Perencanaan Ar	
		- ...	
		- ...	
		- ...	

NO.	TANGGAL	ISI BAHASAN	WAKTU
1.	1/6-2000	Teknik Perencanaan dan cara kerjanya	1/2 hr
		Perencanaan struktur jembatan	
		Perencanaan struktur jembatan	
		Perencanaan	
2.	1/6-2000	Perencanaan dan cara kerjanya	1/2 hr
		Perencanaan	
		Perencanaan	
3.	1/6-2000	Perencanaan cara kerjanya	1/2 hr
		Perencanaan, perancangan	
		Perencanaan, perancangan	
		Perencanaan, perancangan	
		Perencanaan, perancangan	



INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
JURUSAN TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
LABORATORIUM PERENCANAAN

NAMA PESERTA : _____
NO. IDENTITAS : _____
JUDUL PENELITIAN : _____

MATERI BAHASAN : _____ NAMA PEMBIMBING : _____

NO.	TANGGAL	ISI BAHASAN	WAKTU
4.	1/6-2000	Ulangan	1/2 hr
		- ...	
5.	2/6-2000	Metode SURT	1/2 hr
		- ...	
6.	1/6-2000	Struktur SURT	1/2 hr
		- ...	
		- ...	
7.	3/6-2000	Komputerisasi	1/2 hr
		- ...	
		- ...	
		- ...	
8.	1/6-2000	Ita	1/2 hr
		- ...	
		- ...	
		- ...	

NO.	TANGGAL	ISI BAHASAN	WAKTU
1.	1/6-2000	Teknik Perencanaan dan cara kerjanya	1/2 hr
		Perencanaan	
2.	1/6-2000	Perencanaan	1/2 hr
		Perencanaan	
		Perencanaan	
3.	1/6-2000	Perencanaan dan cara kerjanya	1/2 hr
		Perencanaan	
		Perencanaan	
4.	1/6-2000	Perencanaan dan cara kerjanya	1/2 hr
		Perencanaan	
		Perencanaan	

LAMPIRAN 5
DOKUMENTASI PENELITIAN

Wawancara dengan Mbak Dela selaku Manager OMJOLA Resto



Wawancara dengan karyawan OMJOLA Resto



Wawancara dengan konsumen OMJOLA Resto



Gambar OMJOLA Resto





