

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pemasaran Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari melalui hasil analisis SWOT pada 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dalam menarik minat konsumen maka diperoleh kesimpulan Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari memiliki kekuatan bahwa pilihan produk pada Mie Gacoan beragam, memiliki harga yang terjangkau bagi semua kalangan, telah memiliki cabang di beberapa kota dan juga pangsa pasar yang luas.

Tidak hanya kekuatan, Usaha Kuliner Mie Gacoan pun belum bisa dikatakan usaha kuliner berbasis mie pedas yang sempurna dan memiliki kelemahan yaitu, terdapat perbedaan harga disetiap tingkat kepedasan produk, produk mie yang dibuat terlalu berminyak, minimnya tempat antrian bagi pelanggan maupun driver ojek online dan juga minimnya informasi kepada konsumen/pelanggan yang jarang dan tidak mengikuti media sosial Mie Gacoan.

Disisi lain, Usaha Kuliner Mie Gacoan pun memiliki beberapa peluang dan juga beberapa ancaman yang bisa terjadi pada restoran ini, yaitu dari sisi peluang Usaha Kuliner Mie Gacoan memiliki varian produk yang beragam dibanding resto sejenis lainnya, harga yang ditawarkan sesuai

dengan kualitas produk, memiliki peluang untuk menambah cabang baru dan juga bekerja sama dengan e-commerce ternama dalam menunjang kesuksesan penjualan produk. Untuk dari sisi ancaman penulis bisa menarik kesimpulan bahwa restoran yang bergerak dibidang yang sama menawarkan promo maupun paket yang beragam adalah suatu ancaman bagi Usaha Kuliner Mie Gacoan, menawarkan harga lebih murah, dan juga competitor maupun pesaing banyak di lokasi sekitar Mie Gacoan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perkembangan Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari. Peneliti memberi saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa depan. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memaksimalkan sistem promosi *offline* agar penyebaran informasi mengenai promosi yang ada dapat tersampaikan kepada pelanggan yang belum mengikuti media sosial dari Usaha Kuliner Mie Gacoan.
2. Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari diharapkan memperhatikan pada kebersihan dan higienis seluruh area restoran agar lebih meyakinkan kenyamanan bagi seluruh karyawan yang bekerja dan konsumen yang datang untuk membeli produk Mie Gacoan.

3. Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari diharapkan dapat terus memenuhi permintaan konsumen agar tidak beralih ke restoran sejenis lainnya.
4. Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari diharapkan memunculkan inovasi baru dalam perusahaannya agar tetap memiliki daya tarik bagi konsumen.
5. Mengumpulkan respon yang disampaikan konsumen atau *feed back* yang diperoleh atas pelayanan maupun produk dari Usaha Kuliner Mie Gacoan agar dapat dijadikan bahan evaluasi bagi restoran demi perkembangan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abraham, Maslow. (2016). *Motivation and Personality*. Jakarta: Rajawali.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Anwar. (2009). *Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus: Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede)*.
- Basrowi dan Suwardi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*, Edisi Kedua Belas. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Ratih Hurriyati. Indonesia: PT. Indeks.
- Moleong, Lexy. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja, Jakarta: PT. Grasindo.
- Mukhtar. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

## Skripsi

- Alfi. (2015). *Strategi Pemasaran Usaha Kafe Kucing “Cats and Coffee” Jln.Bougenvile, Gejayan, Yogyakarta.*
- Kristina. (2013). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program S1 Universitas Sumatera Utara.* Skripsi Fakultas Ekonomi Program S1 Universitas Sumatera Utara.
- Kurniati. (2012). *Strategi Bauran Pemasaran Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2011.*
- Raharjo, Ridho I. (2018). *Strategi Pemasaran Melalui Analisi Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal di Scudetto Futsal Banyuwangi.* Skripsi. Yogyakarta: UNY
- Yuliono, D. (2012). *Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Pada PT. Asli Motor Klaten.* Skripsi. Yogyakarta: UNY

## Internet

[https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/doc/doc\\_6 Informasi Lainnya Pedoman Penggolongan%20Jasaboga.pdf](https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/doc/doc_6_Informasi_Lainnya_Pedoman_Penggolongan%20Jasaboga.pdf). Pada 5 Juni 2020 jam 20:32 WIB

<http://www.miegacoan.com/> Pada 6 Juni 2020 jam 11:54 WIB

<https://www.bogasari.com/business-inspiration/strategi-pemasaran-4P> Pada 6 Juni 2020 jam 14:21 WIB

<http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/2621/Bab%205%20-%20Daftar%20Pustaka%20-%2081115006sc-p.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Pada 10 September 2020 jam 20:17 WIB

### **Pedoman Wawancara**

Wawancara akan dilakukan di Restoran Mie Gacoan cabang Babarsari Yogyakarta dengan narasumber dan pedoman wawancara yang diajukan sebagai berikut :

*Product* (Produk) terhadap SWOT :

1. Apakah keunggulan dari Restoran Mie Gacoan cabang Babarsari Yogyakarta dibandingkan dengan Restoran berbasis Mie lainnya ?
2. Menu andalan apa yang dijual oleh Restoran Mie Gacoan sehingga dapat menarik minat pelanggan untuk datang kembali ?
3. Bagaimana jika produk yang dipesan konsumen tidak tersedia ?
4. Apabila pendapatan restoran naik secara signifikan di setiap tahunnya, apakah ada peluang bagi Restoran Mie Gacoan Yogyakarta untuk menambah jenis atau varian *signature dish* lainnya ?
5. Perihal mengenai *complain* konsumen terkait kualitas produk, apa yang akan restoran lakukan ?
6. Bagaimana jika terdapat *complain* konsumen terkait *hygiene* atau kebersihan pada produk?

*Price* (Harga) terhadap SWOT :

1. Apakah harga produk yang ditawarkan dapat dijangkau semua kalangan ?
2. Apakah dengan harga yang ditawarkan oleh restoran sudah sesuai dengan kualitas produk ?

3. Apakah dengan harga yang sudah ditawarkan oleh restoran, dapat menarik minat konsumen lebih banyak ?
4. Bagaimana jika terdapat *complain* konsumen terkait harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas produk ?
5. Apabila terdapat restoran berbasis mie lainnya yang menawarkan harga jauh lebih murah, apa yang akan restoran lakukan ?

*Place* (Lokasi) terhadap SWOT :

1. Dengan berlokasi di daerah Babarsari, apakah hal tersebut dapat menjadi keuntungan bagi restoran untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak?
2. Seperti yang kita ketahui, bahwa Restoran Mie Gacoan cabang Babarsari berlokasi di daerah per-rukuan. Apakah hal tersebut bisa menjadi kelemahan dibandingkan Restoran Mie Gacoan cabang Yogyakarta lainnya ?
3. Apabila pendapatan atau *profit* restoran meningkat, adakah peluang bagi pihak restoran untuk membuka cabang di kota lain ?
4. Jika terdapat keluhan dari warga sekitar terkait dengan pembuangan limbah Restoran Mie Gacoan cabang Babarsari Yogyakarta. Bagaimana restoran menyikapi hal tersebut ?
5. Seperti yang saya ketahui, di Restoran Mie Gacoan cabang Babarsari tidak diperbolehkan untuk membawa makanan maupun minuman dari luar, apakah hal tersebut mengurangi minat pelanggan untuk mengunjungi Restoran Mie Gacoan ?

*Promotion* (Promosi) terhadap SWOT :

1. Apakah konsumen datang karena menu produk yang ditawarkan ?
2. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan untuk menarik minat konsumen ?
3. Apabila terdapat konsumen yang melakukan pembelian langsung dengan metode pembayaran *e-payment*, akan tetapi Restoran Mie Gacoan cabang Babarsari tidak *men-support* metode pembayaran tersebut. Maka, bagaimana restoran menyikapi hal tersebut ?
4. Media apa saja yang restoran gunakan saat ini untuk mempromosikan serta menarik minat pelanggan ?
5. Bagaimana bentuk kerjasama antara restoran dengan *delivery food* (Go-Food, GrabFood) dalam mempromosikan serta menarik minat pelanggan terhadap produk yang dijual?
6. Apakah terdapat perbedaan pengolahan produk pada saat harga normal dan *diskon* (potongan harga) ?
7. Bagaimana perbedaan pengolahan makanan yang dilakukan pada saat harga normal dan saat terdapat *diskon* (potongan harga) ?
8. Apabila terdapat perbedaan pengolahan makanan yang dilakukan pada saat harga normal dan saat *diskon*, tetapi mengurangi kualitas produk dan menyebabkan *complain* dari konsumen. Bagaimana menyikapi hal tersebut agar tidak menjadi ancaman bagi operasional restoran ?



**LAMPIRAN**

Foto pada saat peneliti melakukan sesi wawancara dengan pihak Mie Gacoan

Foto Pada saat peneliti mengantri di pintu utama Mie Gacoan cabang Babarsari

Foto suasana lantai 2 di restoran Mie Gacoan cabang  
Babarsari

Foto Driver Ojek Online yang sedang  
melakukan penjemputan pemesanan  
kostumer dari aplikasi online, mulai dari  
GrabFood, ShopeeFood, hingga GoFood

Foto suasana lantai 2 di restoran Mie Gacoan cabang  
Babarsari









