BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Rumah makan Embun Pagi berdiri sejak tahun 1987, yang beralamat di jalan MT.Haryono No.30 Simpang Masjid Jami' Bengkulu. Rumah makan Embun Pagi pada mulanya adalah sebuah rumah makan yang sederhana makanan dan minuman yang ditawarkan belum bervariasi dan memiliki tempat yang sederhana, hanya menerima catering dari anak sekolah sampai mahasiswa. Tepat tanggal 1 April 1991 Rumah Makan Embun Pagi ini mulai beroperasi pada tempat yang baru dibangun yang dilengkapi dengan halaman parkir yang memadai. Beriring waktu Rumah Makan Embun Pagi berkembang menjadi besar dan mudah dikenal orang karena letaknya yang strategis yang berada di pusat kota. Makanan dan minuman yang disajikan sangat bervariasi dengan cita rasa yang khas dari Padang. Adapun daftar makanan dan minuman yang dilengkapi dengan daftar harga pada rumah makan ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Daftar Makanan dan Minuman yang Ditawarkan Oleh Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu

No	Makanan dan Minuman	Harga (Rp)
1.	Nasi Putih	4000
2.	Ayam	7000
3.	Amplo	7000
4.	Otak	7000
5.	Tunjang	7000
6.	Ati/ Limpo	7000
7.	Rendang	7000
8.	Ikan Mas	7000

No	Makanan dan Minuman	Harga (Rp)
9.	Ikan Potong	7000
10.	Ikan Lele	7000
11.	Ikan Belut	7000
12.	Babat/ Usus	7000
13.	Dendeng Batokok	7000
14.	Ikan Bakar	15000
15.	Paru/ Rabu	7000
16.	Sop	10000
17.	Ikan Gurami	25000
18.	Perkedel	3000
19.	Sayuran	3000
20.	Buah	3000
21.	Kopi Susu	5000
22.	Aneka Juice	6000
23.	Es The	4000
24.	Es Jeruk	5000
25.	Jangek	2500

Sumber : Rumah Makan Embun Pagi 2005

Selain yang disebutkan di atas juga menerima pesanan berupa nasi bungkus dengan harga Rp.8000/bks dan nasi kotak Rp.12500/kotak. Pesanan yang diminta konsumen diantarkan berdasarkan alamat pemesan.

Rumah Makan Embun Pagi ini dikelola dan dipimpin langsung oleh Bapak H. Amir Sikumbang bersama istrinya Ibu Sri Hartati, dengan memperkerjakan 20 orang karyawan diantaranya 9 orang laki-laki dan 11 orang perempuan. Kelengkapan fasilitas berupa tv, kipas angin, VCD dan karaoke.

4.2 Manajemen dan Organisasi

Di dalam praktek setiap perusahaan membutuhkan manajemen agar tujuan yang hendak dicapai dapat terwujud. Suatu usaha tanpa manajemen sia-

sia, dengan demikian pencapaian tujuan akan mengalami kesulitan. Ada 3 alasan diperlukan manajemen yaitu untuk mencapai tujuan, untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan yang saling bertentangan dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Diketahui bahwa fungsi-fungsi manajemen tersebut adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan. Dengan diketahui fungsi-fungsi manajemen secara jelas perusahaan dalam mencapai tujuan tak lepas dari kerja sama yang baik dengan semua anggota organisasi. Tentunya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dilaksanakan sesuai dengan keahliannya masing-masing.

Rumah makan Embun Pagi ini adalah usaha perorangan, pimpinan rumah makan ini dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen dibantu oleh para karyawannya. Usaha yang dikelola dipimpin secara profesional, membagi tugas, wewenang dan tanggung jawab terhadap para karyawan berdasarkan keahlian dan kemampuannya. Keberadaan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab ini diharapkan agar para karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar untuk mencapai tujuan perusahaan.

4.2.1 Manajemen Pemasaran

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Keberhasilan pemasaran didukung oleh hasil produksi dan sumber daya yang profesional, untuk itu pemilihan strategi harus tepat dan efektif. Pemasaran bukan hanya memasarkan barang saja melainkan harus

memperhatikan konsumen sesuai kebutuhannya. Konsumen butuh kepuasan terhadap menu yang disajikan, pelayanan yang diberikan, serta kenyamanan saat menyantap hidangan yang disajikan.

Pemilik Rumah makan dalam memperbaiki kinerja usaha seperti selalu memperhatikan cita rasa yang disajikan, jasa pelayanan yang diberikan, harga sesuai kualitas menu, serta kenyamanan pelanggan berupa lokasi dan tempat parkir yang memadai, tata letak ruangan yang bersih dan rapi, dan kelengkapan pendukung seperti tv, VCD/karaoke, kipas angin dan lain-lain. Dengan demikian diharapkan agar para pelanggan mempunyai keinginan untuk kembali menikmati menu yang disajikan. Para pelanggan yang merasa puas ini tentunya telah membantu dalam kegiatan promosi kepada masyarakat luas.

Demi kelangsungan hidup perusahaan rumah makan Embun Pagi dalam memasarkan produknya berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan seperti sebagai berikut:

1. Menyajikan menu yang bervariasi dengan cita rasa yang khas dari Padang
2. Memberikan pelayanan yang maksimal seperti pelayan-pelayan yang selalu rapi, ramah dan kecepatan dalam melayani pelanggan
3. Memberikan potongan harga/discount pada pemesanan dalam jumlah tertentu

4. Menjaga kebersihan tempat dan peralatan serta keindahan dalam ruangan
5. Memberikan fasilitas hiburan berupa tv, VCD dan karaoke

Rumah makan Embun Pagi ini dalam melaksanakan kegiatan pemasaran juga melakukan penerimaan pesanan untuk acara rapat kantor, seminar, pesta dan lain sebagainya.

4.2.2 Manajemen Produksi

Selain kegiatan pemasaran, produksi juga sangat penting bagi perusahaan. Kegiatan produksi melibatkan pengubahan dan pengolahan menjadi barang untuk dijual. Rumah makan Embun Pagi menetapkan kebijakan dalam hal pengolahan produksi dimulai dari penyediaan bahan baku sampai proses pengolahan makanan berdasarkan pengalaman. Tujuannya agar tidak mengalami kelebihan stok bahan baku sehingga kualitas kesegaran tetap terjaga. Takaran menu yang disajikan juga berdasarkan kebiasaan seperti pada bulan Februari dan bulan April rumah makan Embun Pagi mengurangi takaran dari pada bulan lainnya karena pengunjung agak sepi, lain halnya pada perayaan hari-hari besar takaran mernu akan mengalami penambahan disebabkan pengunjung lebih ramai dari biasanya.

Proses produksi pada rumah makan Embun Pagi mendapat perizinan, binaan dan pengawasan dari instansi terkait meliputi:

1. Dinas Kesehatan No: 1771/1348/DKK/VII/2003
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan No: 316/08-04/PM?VII/2004
3. Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi kota Bengkulu No: 556/19/DPIK/2005
4. Walikota kota Bengkulu No: 766/Tahun 2005

Adanya kelengkapan perizinan dari instansi terkait agar para konsumen tidak meragukan terhadap menu yang ditawarkan pada rumah makan Embun Pagi ini.

Menu-menu yang ditawarkan sangat bervariasi (dapat dilihat pada tabel 4.1) diolah oleh tenaga yang terampil dan ahli dalam bidang memasak. Dalam hal ini khusus peracikan bumbu langsung ditangani oleh ibu Sri Hartati si pemilik rumah makan agar cita rasa selalu tetap terjaga kelezatannya. Untuk kekhasan pada rumah makan Embun Pagi menyajikan produk unggulan berupa dendeng batokok dan sop daging.

4.2.3 Manajemen Personalia

Sumber daya manusia sebagai salah satu pendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan dalam pencapaian tujuan membutuhkan orang-orang yang dapat memberikan tenaga, keahlian, ide-ide dan kreativitas pada perusahaannya. Dalam hal ini pihak rumah makan Embun Pagi menarik dan menyeleksi orang-orang dengan kemampuan potensial paling baik untuk setiap posisi. Pimpinan memberikan

bimbingan dan arahan yang akhirnya berguna bagi pengembangan usahanya. Pimpinan selalu berusaha agar produktivitas para karyawannya terus ditingkatkan, untuk itu pihak rumah makan memberikan kompensasi sebagai balas jasa yang diberikan secara teratur kepada para karyawan atas jerih payah yang telah dilakukan pada rumah makan Embun Pagi. Bentuk kompensasi yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Gaji bulanan
2. Uang bonus atau insentif
3. Uang Tunjangan Hari Raya
4. Dana Kesehatan

Selain bentuk kompensasi tersebut di atas, para karyawan diberikan kebebasan makan makanan yang ada di rumah makan tersebut.

Rumah makan Embun Pagi menetapkan kedisiplinan kerja agar para karyawan selalu tetap semangat dan bergairah dalam bekerja, karena kedisiplinan sangat penting yang berpengaruh terhadap efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan perusahaannya. Bentuk kedisiplinan yang harus dilaksanakan karyawan seperti:

1. Ketepatan Jam kerja

Datang dan pulang tepat waktu. Pembagian jam kerja dibagi 2 shif yakni shif pagi pukul 07.15 s/d 17.00 WIB dan shif sore dari pukul 17.00 s/d 20.00 WIB.

2. Kesopanan

Para karyawan harus bersikap dan bertingkah laku yang baik sesuai dengan peraturan rumah makan tersebut misalnya: ramah terhadap setiap pengunjung yang datang.

3. Teguran

Teguran akan dilakukan jika karyawan melanggar peraturan yang telah ditetapkan. Barang siapa sering melakukan kesalahan pimpinan tidak segan-segan untuk memperhentikan mereka.

4.3 Perkembangan Penjualan Rumah Makan Embun Pagi

Tingkat penjualan rumah makan Embun Pagi menunjukkan perkembangan positif dan cukup stabil. Walaupun banyak berdiri rumah makan yang sejenis volume penjualan masih cukup stabil. Ditengah-tengah melambungnya harga-harga bahan pokok rumah makan Embun Pagi masih mendapatkan keuntungan yang stabil. Hal ini diimbangi dengan kenaikan harga jual menyung ditawarkan. Dengan adanya kenaikan harga tetapi kualitas menu yang ditawarkan tetap terjaga.

Pada tabel dibawah ini dapat dilihat perkembangan penjualan umah makan Embun Pagi selama 4 tahun terakhir ini.

Tabel 4.2 Perkembangan Omset Penjualan Rumah Makan Embun Pagi Tahun 2001-2004

No	Tahun	Penjualan
1.	2001	84.500.000
2.	2002	89.000.000
3.	2003	96.700.000
4.	2004	99.700.000

Sumber : Rumah makan Embun Pagi 2005

4.4 Analisis Strategi Pemasaran Kaitannya dengan Marketing Mix

Pemasaran merupakan satu kegiatan yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran bukan sekedar menjual produk akan tetapi harus memperhatikan konsumen sesuai kebutuhan yaitu kepuasan. Dengan demikian kepuasan konsumen menjadi prioritas yang berguna untuk peningkatan penjualan.

Dalam pencapaian tujuan yang hendak dicapai diperlukan suatu alat yang disebut dengan strategi. Strategi merupakan rencana besar dan penting dalam setiap perusahaan, maka perusahaan harus bisa memilih strategi paling tepat untuk diterapkan. Strategi memberikan arah yang jelas bagi tercapainya tujuan dalam rangka peningkatan penjualan yang pada akhirnya akan memaksimalkan keuntungan.

Strategi pemasaran yang diterapkan tidak terlepas dari kebijakan bauran pemasaran (marketing mix) atau dikenal dengan istilah 4P (Product, Price, Promotion, dan Place). Strategi pemasaran yang efektif memerlukan suatu

pengetahuan tentang kondisi pasar secara keseluruhan, konsumen dan permintaan produk. Variabel-variabel marketing mix sebagai strategi pemasaran yang harus dipertimbangkan rumah makan Embun Pagi adalah sebagai berikut:

1. Produk (Product)

Suatu perusahaan didirikan dan dikelola untuk menghasilkan produk, baik berupa barang maupun jasa. Karena produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dan digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

Berbicara mengenai produk rumah makan yang utama adalah menyangkut persoalan cita rasa, tampilan produk dan pelayanan. Untuk kesempurnaan produk (makanan dan minuman), maka produk didesain harus menarik dan enak untuk dilihat. Apabila makanan dan minuman dihidangkan mempunyai daya tarik/enak akan menimbulkan minat untuk mengkonsumsi dan berkeinginan untuk membeli akhirnya konsumen akan melakukan pembelian.

Produk rumah makan Embun Pagi yang selama ini identik dengan 'ikan gurami bakar', ciri ini mesti tetap dipertahankan, karena kedua produk ini merupakan produk unggulan rumah makan Embun Pagi menjadi pembeda rumah makan lain. Perubahan-perubahan yang mungkin mengubah selera konsumen harus selalu diperhatikan dan diwaspadai mengenai rasa yang khas dan tampilan produk harus selalu diperhatikan, demikian juga kebersihan produk harus tetap dijaga.

2. Harga (Price)

Rumah makan Embun Pagi menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan sasaran penjualan. Kebijakan penetapan harga diidentifikasi dan diperhitungkan mengenai jumlah biaya dan keuntungan/laba yang dianggap wajar, serta melihat tingkat harga dari pesaing.

Jika dalam penetapan harga produk rumah makan Embun Pagi sama dengan atau lebih sedikit diatas rumah makan lain yang sejenis, maka harus disertai dengan adanya kelebihan-kelebihan maupun keunggulan-keunggulan. Konsumen tidak begitu mempersoalkan harga, apabila pihak rumah makan selalu memperhatikan cita rasa, tampilan produk dan pelayanan serta suasana yang nyaman dan aman. Perlu untuk diketahui pelanggan berkeinginan dan mampu membeli produk dengan harga mahal asalkan tidak ada terjadinya perubahan cita rasa, tampilan produk dan pelayanan.

3. Distribusi (Place)

Distribusi produk rumah makan pada umumnya dilakukan secara langsung, produsen tidak mempergunakan perantara hingga produknya sampai kekonsumen akhir. Dimana produsen/pihak rumah makan memproduksi sesuai kebutuhan konsumen/pelanggan kemudian menjual langsung hasil dari produksi tersebut dengan cara konsumen mendatangi langsung ke rumah makan atau melalui pemesanan yang oleh karyawan rumah makan mengantar kealamat pemesan.

Mengingat masih luasnya daerah pasar yang ada sedangkan distribusi langsung sangat dibatasi oleh kemampuan sumber daya yang ada, maka diupayakan untuk membuka cabang-cabang baru ditempat yang dianggap strategis. Akan tetapi pembukaan cabang baru yang dilakukan dengan tetap mempergunakan cita rasa, menu, harga dan pelayanan yang sama dengan yang ada selama ini. Tidak ada salahnya rumah makan ini membuka cabang baru apabila memang layak dan menguntungkan.

4. Promosi (Promotion)

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk baik pada konsumen maupun calon konsumen. Dapat diketahui bahwa tujuan mengadakan promosi adalah untuk memberitahukan atau mengingat dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Ada beberapa kegiatan yang terdapat dalam promosi ini adalah melalui periklanan, personal selling, promosi penjualan dan penjualan tatap muka.

Rumah makan Embun Pagi dalam melaksanakan kegiatan promosi masih kurang walaupun rumah makan Embun Pagi mempromosikan produknya melalui periklanan dibebberapa surat kabar dan melalui pemberian potongan harga kepada pelanggan yang dilakukan selama ini juga termasuk melakukan promosi penjualan. Selain itu juga perlu adanya periklanan melalui media elektronik seperti TV dan radio.

Kegiatan personal selling dapat juga dilakukan dengan menawarkan produk ke kantor-kantor atau dinas, perusahaan serta instansi yang ada dikota Bengkulu, untuk menjadi pelanggan tetap rumah makan Embun Pagi.

Tentunya hal ini dilakukan dengan memberikan harga dan memberikan perbedaan pelayanan untuk mengantarkan pesanan ke konsumen. Sebaiknya kegiatan seperti ini lebih gencar dilakukan karena persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya bermunculan rumah makan yang sejenis dan waralaba yang menggunakan strategi yang bermacam-macam. Sebaiknya juga rumah makan Embun Pagi menyediakan sarana dan personalia khusus untuk melakukan kegiatan personal selling, agar kegiatan promosi bisa berjalan lebih efektif dan efisien.

4.5 Pembahasan Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Analisis SWOT jika digabungkan, maka dapat mengetahui posisi pasar apa-apa saja yang menjadi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usahanya.

Rumah makan Embun Pagi untuk menentukan arah dan sasaran usahanya terlebih dahulu, menentukan posisi pasar. Karena posisi bisnis yang terganbarkan merupakan kondisi dari analisis SWOT terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan untuk mengetahui adanya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam usaha pengembangan rumah makan.

Berkaitan dengan analisis SWOT tersebut, suatu usaha bisnis (rumah makan) perlu mempelajari persepsi konsumen terhadap usaha yang dijalankan. Karena berhasil tidaknya atau baik buruknya suatu usaha konsumenlah yang menilai dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Tabel 4.3 berikut menampilkan jawaban atas kuisisioner yang telah diberikan pada 20 orang responden dengan pengelompokan responden sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pengelompokan Responden

No	Pengelompokan berdasarkan	Jumlah Responden
1.	Jenis Kelamin	
	a. Laki-laki	14
	b. Perempuan	6
2.	Umur/Usia	
	a. 20 s/d 30 tahun	6
	b. 30 s/d 40 tahun	10
	c. 40 keatas	4
3.	Pekerjaan	
	a. Pelajar/ Mahasiswa	1
	b. Karyawan Swasta	11
	c. PNS	8

Sumber : Hasil Penelitian 2005

Dari total bobot jawaban responden yang diberikan, maka untuk penilaian diberikan batasan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila jawaban responden lebih besar atau diatas rata-rata 60, maka menunjukan adanya kekuatan yang dimiliki serta terdapatnya peluang
2. Apabila jawaban responden lebih kecil atau dibawah rata-rata 60, maka menunjukan adanya kelemahan serta terdapatnya ancaman.

Tabel 4.4 Perhitungan Jawaban Responden Atas Kuisisioner yang telah diberikan

Pernyataan	Tanggapan Rsponden					Bobot
	1	2	3	4	5	
1. Produk (Product)						
a. Jenis menu yang ditawarkan bervariasi dan adanya produk unggulan	-	-	2	8	10	88
b. Kelezatan rasa dari masakan yang disajikan	-	-	6	7	7	81
c. Pelayanan memuaskan	-	-	9	8	3	74
2. Harga (Price)						
a. Pemberian potongan harga/ (discount)	-	1	8	7	4	74
b. Penetapan harga sesuai kualitas	-	1	4	8	7	81

Pernyataan	Tanggapan Rsponden					Bobot
	1	2	3	4	5	
3. Promosi (Promotion)						
a. Baiknya sarana dan Prasarana promosi	4	5	6	3	2	50
b. Promosi melalui media cetak untuk menarik konsumen	-	1	6	8	5	77
c. Promosi melalui media elektronik	20	-	-	-	-	20
d. Personal selling	18	2	-	-	-	24
4. Distribusi (Place)						
a. Lokasi mudah dijangkau	-	-	3	8	9	86
b. Lokasi nyaman dan aman	-	-	7	6	5	70
c. Areal parkir yang sempit	6	9	15	-	-	39
d. Ruang yang sempit/terbatas	5	8	4	2	1	46
e. Fasilitas hiburan memadai	-	1	6	8	5	77

Keterangan :

Bobot = $\sum$ Frekuensi jawaban x Skor Jawaban

Sumber : Hasil Penelitian 2005

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas, dapat dilakukan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran yang telah ditetapkan kaitannya dengan marketing mix. Berikut ini tabel hasil analisis SWOT yang menggambarkan adanya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam usaha rumah makan Embun Pagi Bengkulu.

Tabel 4.5 Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu

SWOT Strategi	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman	Total
Produk	2	1	3	1	7
Harga	2	1	2	1	6
Promosi	2	0	1	1	4
Distribusi	2	0	1	0	3
Jumlah	8	2	7	3	

Sumber : Data diolah

Dari tabel 4.5 di atas dapat diketahui total skor dan kebijakan yang semestinya dilakukan oleh rumah makan Embun Pagi Bengkulu adalah sebagai berikut :

Peluang > ancaman yang dimiliki. yaitu $7 > 3$ ($O > T$).

Kekuatan > kelemahan yang dimiliki. yaitu $8 > 2$ ($S > W$).

Menghadapi kenyataan seperti ini, kebijakan yang semestinya dilakukan adalah memperluas produk yang ada dan memperluas pemasaran, guna memperbanyak omzet penjualan. Sedangkan peluang yang dimiliki dapat dimanfaatkan dengan menciptakan produk lain yang diimbangi dengan promosi yang cukup. Untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strenght)

Kekuatan yang dimiliki rumah makan Embun Pagi Bengkulu, Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah antara lain:

- a. Jenis menu yang ditawarkan bervariasi dan adanya produk unggulan.

Rumah makan Embun Pagi memiliki jumlah menu yang relatif banyak dan bervariasi serta tersedia produk unggulan yaitu kan gurami bakar yang sangat khas. Dengan kekuatan yang dimiliki tersebut, Rumah Makan Embun Pagi mampu bersaing pada segmen pasar sejenis.

- b. Kelezatan dari masakan yang disajikan

Makanan-makan yang dijual oleh Rumah makan Embun Pagi memiliki cita rasa yang enak sehingga konsumen (pelanggan) merasa senang dan menyukai semua masakan yang dihidangkan dan rasa makan tidak membuat konsumen bosan (enegh).

c. Pelayanan memuaskan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui wawancara terhadap pengunjung dan wawancara terhadap pihak rumah makan dan pengamatan yang dilakukan pelayanan yang disajikan oleh rumah makan Embun Pagi sangat baik. Dalam melayani pengunjung rumah makan Embun Pagi menghadirkan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan dan tidak perlu menunggu sampai lama, serta sikap pelayan yang ada menunjukkan keramahan dan kesopanan baik pembicaraan maupun tindakan.

d. Pemberian potongan harga

Biasanya Rumah makan Embun Pagi memberikan potongan harga kepada pelanggan tertentu, terutama yang termasuk kolega dari pemilik rumah makan. Hal ini sebenarnya merupakan kekuatan, namun bisa menjadi ancaman. Oleh sebab itu, hendaknya pemberian potongan harga tidak hanya diberikan kepada pelanggan-pelanggan yang dikenal saja.

e. Penetapan harga sesuai kualitas

Segmen pasar rumah makan Embun Pagi adalah golongan ekonomi menengah ke atas, sehingga persepsi konsumen tidak dititik beratkan pada masalah harga, namun dititikberatkan pada cita rasa yang lezat. Konsumen bersedia membayar berapapun untuk memperoleh cita rasa yang sesuai dengan keinginannya.

2. Kelemahan (Weakness)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap rumah makan Embun Pagi terdapat beberapa kelemahan antara lain:

a. Kurangnya sarana dan prasarana promosi

Promosi yang dilakukan rumah makan Embun Pagi masih sangat kurang, yang ada menurut penelitian yang dilakukan hanya mengandalkan promosi dan pihak konsumen sendiri. Secara umum konsumen mengetahui keberadaan rumah makan Embun Pagi termasuk produk yang disajikan hanya diketahui konsumen melalui konsumen itu sendiri. Padahal promosi itu sangat penting karena promosi adalah kegiatan mengenalkan produk kepada konsumen dan mengajak konsumen untuk melakukan pembelian.

b. Kurangnya promosi melalui media cetak

Seperti halnya sarana dan prasarana promosi, Rumah Makan Embun Pagi juga sangat kurang dalam mengiklankan usahanya pada koran lokal. Hal ini menurut persepsi beberapa orang responden.

c. Personal selling

Rumah Makan Embun Pagi memang tidak melakukan promosi melalui personal selling, sehingga memang hal memperoleh respon yang rendah dari responden.

d. Area parkir yang sempit

Karena lokasinya yang relatif sempit, maka area parkir yang disediakan oleh Rumah Makan Embun Pagi relatif sempit juga. Hal ini perlu

mendapat perhatian, sebab persepsi responden terhadap indikator ini memiliki kecenderungan untuk menjawab cukup.

e. Luas ruangan yang sempit/terbatas

Permasalahan luas ruangan yang perlu mendapat perhatian dari Rumah Makan Embun Pagi adalah masalah penataan tempat duduk. Penataan tempat duduk pada Rumah Makan Embun Pagi terlalu sempit, sehingga pelanggan tidak leluasa untuk menarik kursi dari meja. Hal ini tentu saja harus menjadi perhatian manajemen rumah makan Embun Pagi.

3. Peluang (Opportunity)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan rumah makan Embun Pagi mempunyai peluang sebagai berikut :

a. Lokasi mudah dijangkau

Apabila dilihat dari letaknya, rumah makan Embun Pagi berada pada lokasi strategis yaitu berada di tengah kawasan perkotaan. Hal ini merupakan peluang yang harus dimanfaatkan oleh rumah makan Embun Pagi dalam upaya menarik perhatian calon pelanggan untuk berlangganan pada rumah makan Embun Pagi.

b. Lokasi nyaman dan aman

Karena letaknya yang berada di tengah kota membuat kenyamanan kepada pengunjung untuk menikmati makanan yang ditawarkan oleh Rumah

Makan Embun Pagi. Kenyaman ini tergambar dari sikap rileks para pelanggan serta memiliki tanpa ada perasaan was-was dari pelanggan.

c. Fasilitas hiburan yang memadai

Untuk usaha sejenisnya, rumah makan embun pagi adalah salah satu rumah makan yang menyediakan fasilitas hiburan seperti karaoke.

d. Promosi melalui media cetak

Walaupun promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Embun Pagi relatif kurang, namun responden optimis kalau promosi terus dilakukan pada media cetak, Rumah Makan Embun Pagi dapat meraih pasar sesuai dengan produk yang ditawarkan.

4. Ancaman (Threatment)

Ancaman yang dihadapi oleh rumah makan Embun Pagi berdasarkan penelitian yang dilakukan lain adalah rumah makan pesaing yang menjual produk sejenis.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan pada usaha rumah makan Embun Pagi terhadap bauran pemasaran yang diterapkan, dilihat dari kondisi internal usaha rumah makan Embun Pagi Bengkulu menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan. Namun, kondisi eksternal yang perlu diperhatikan dan diwaspadai adalah berupa peluang dan ancaman. Hal ini menunjukkan usaha

rumah makan dengan kekuatan-kekuatan tertentu menghadapi lingkungan yang tidak menguntungkan, dimana terdapat ancaman dari lingkungan. Dalam posisi seperti ini menunjukkan bahwa rumah makan Embun Pagi harus dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seoptimal mungkin untuk mengantisipasi ancaman yang ada.

Kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh rumah makan Embun Pagi seperti menu yang ditawarkan menurut kebanyakan konsumen sangat bervariasi dengan memiliki kualitas kelezatan rasa yang disajikan. Ini akan menjadikan peluang bagi rumah makan Embun Pagi apabila menu yang bervariasi disertai adanya produk unggulan (ikan gurami bakar) yang memiliki cita rasa yang berbeda dari rumah makan lain yang sejenis. Faktor kekuatan lain rumah makan Embun Pagi seperti mengenai pelayanan memuaskan, pemberian potongan harga, dan penetapan harga sudah setuju karena harga sesuai dengan kualitas menu yang ditawarkan.

Faktor ancaman yang dapat membahayakan kelangsungan hidup usaha rumah makan Embun Pagi adalah pesaing yang menjual produk sejenis. Faktor peluang meliputi lokasi mudah dijangkau, lokasi nyaman dan aman, serta fasilitas hiburan yang memadai. Dari segi kegiatan promosi yang dilaksanakan terdapat kelemahan-kelemahan yang harus segera diatasi yaitu dengan mengadakan promosi yang lebih gencar (selain media surat kabar juga perlu promosi melalui personal selling). Kurang gencarnya kegiatan promosi menyebabkan suatu ancaman bagi rumah makan Embun Pagi jika tidak segera diatasi, pesaing yang lebih gencar mengadakan beberapa media promosi yang digunakan akan lebih

mudah untuk menguasai pasar. Volume penjualan dapat semakin meningkat harus tetap didukung menu yang berkualitas lezat, tampilan menu yang menarik dan pelayanan yang memuaskan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap rumah makan Embun Pagi Bengkulu, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk

Produk rumah makan Embun Pagi Bengkulu mempunyai keunggulan yaitu dari sudut cita rasa yang khas yaitu khas Padang. Hal ini merupakan kekuatan yang dimiliki oleh rumah makan Embun Pagi Bengkulu.

2. Harga

Harga produk yang ditawarkan/ditetapkan rumah Makan Embun Pagi mengacu pada harga rumah makan sejenis. Penetapan harga ini hanya terjangkau pada konsumen kelas menengah ke atas.

3. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh rumah makan Embun Pagi masih kurang, yaitu pembeli mengetahui produk yang ditawarkan berdasarkan pengalaman sendiri dengan menjadi pelanggan rumah makan Embun Pagi. Kurangnya promosi ini merupakan kelemahan bagi rumah makan Embun Pagi.

4. Distribusi

Apabila dilihat dari letaknya, rumah makan Embun Pagi berada pada lokasi strategis yaitu berada di tengah kawasan perkotaan. Hal ini merupakan peluang yang harus dimanfaatkan oleh rumah makan Embun Pagi dalam upaya menarik perhatian calon pelanggan untuk berlangganan pada rumah makan Embun Pagi.

5. Analisis SWOT

- Kekuatan rumah makan Embun Pagi Bengkulu terletak pada jenis menu yang ditawarkan bervariasi dan adanya produk unggulan, kelezatan dari masakan yang disajikan, pelayanan yang memuaskan, pemberian potongan harga, dan penetapan harga sesuai dengan kualitas.
- Kelemahan terletak pada kurangnya sarana dan prasarana promosi, kurangnya promosi melalui media cetak, dan tidak adanya personal selling.
- Peluang yang dimiliki oleh rumah makan Embun Pagi lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang nyaman dan aman, area parkir yang relatif luas, fasilitas hiburan yang memadai dan promosi melalui media cetak yang perlu dilakukan.
- Ancaman bagi rumah makan Embun Pagi Bengkulu adalah harga yang sedikit di atas rumah makan sejenis dan luas ruangan (penataan meja dan kursi).

5.2 Saran

Melihat kenyataan yang ada, maka sebagai saran yang dapat disampaikan adalah :

1. Promosi lebih ditingkatkan, guna lebih mengenalkan produk yang ditawarkan serta menarik konsumen untuk melakukan pembelian guna meningkatkan omzet penjualan dan juga membuat daftar menu berikut daftar harga untuk masing-masing produk.
2. Di masa yang akan datang perlu adanya pembukaan cabang baru di tempat yang dianggap strategis, baik dari segi menu/tampilan produk dan pelayanan harus sama dengan yang telah ditawarkan selama ini.
3. Mempertahankan produk unggulan yaitu ikan gurami bakar sebagai ciri khas Rumah Makan Embun Pagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 1997. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta
- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofyan. 1990. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali
- E. Jerome McCarthy dan William D. Perreoul, JR. 1993. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Keima*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Nitisemito, Alex.S. 1980. *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- _____. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Rangkuti, Freddy. 1999. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Swasta, Basu dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Swasta, Basu. 1991. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Winardi. 1989. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sinar Baru

KUESIONER

Kuesioner ini berguna untuk penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Rumah Makan Embun Pagi Kota Bengkulu”.

Partisipasi Anda dalam menjawab pertanyaan dari kuisisioner ini akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilakukan. Untuk menjaga kerahasiaan jawaban, saya tidak mencantumkan nama Bapak/Ibu/Saudara. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Peneliti

Nama : Anik Amatun
NPM : C1B099021
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Identitas Responden

Umur : _____
Jenis Kelamin : a) Laki-laki b) Perempuan
Pekerjaan : _____

Petunjuk

Beri tanda Check list (√) pada pilihan jawaban berikut !

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
CS = Cukup Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Produk a. Jenis makanan dan minuman yang disediakan sangat bervariasi b. Jenis makanan dan minuman yang disediakan bercitarasa lezat c. Semua menu yang disediakan menimbulkan selera d. Makanan dan minuman yang diberikan sesuai dengan selera e. Pelayan ramah saat melayani konsumen f. Pelayan tanggap jika kita membutuhkan sesuatu g. Pelayanan masakan yang dipesan cepat disajikan					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
2	<p>Harga</p> <p>a. Penetapan harga sesuai dengan kualitas makanan</p> <p>b. Pemberian bonus/diskon untuk jumlah tertentu</p>					
3	<p>Promosi</p> <p>a. Media cetak sebagai media promosi yang tepat untuk menarik konsumen</p> <p>b. Kegiatan personal selling dengan mendatangi instansi perlu dilakukan dalam rangka mempromosikan produk untuk meningkatkan penjualan</p> <p>c. Selain media cetak sarana promosi lain yang digunakan sudah sangat baik</p> <p>d. Salah satu faktor ketertarikan di rumah makan ini karena nama usaha yang cukup terkenal</p>					
4	<p>Distribusi</p> <p>a. Lokasi yang mudah dijangkau</p> <p>b. Lokasi nyaman dan aman</p> <p>c. Ruangan yang luas</p> <p>d. Areal parkir yang cukup luas</p> <p>e. Fasilitas hiburan yang memadai</p>					