

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berlandaskan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya diperoleh beberapa hasil kesimpulan terkait strategi peningkatan bisnis menggunakan analisis SWOT pada restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung. Hasil kesimpulan pada penelitian ini yakni:

1. Variabel peluang dan ancaman yang termasuk pada lingkungan eksternal restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung pada proses penyusunan strategi peningkatan bisnis berurutan yaitu: a) Peluang: pangsa pasar untuk semua kalangan, kestabilan iklim politik Indonesia yang baik dan aman, kemudahan melaksanakan pemesanan makanan dan minuman, gaya hidup masyarakat yang enggan repot ketika melakukan perjalanan wisata, pramugari dan pramugara yang sering melaksanakan promosi di dalam gerbong kereta api, para karyawan mendapatkan asuransi keselamatan kerja, adanya variasi menu makanan dan minuman yang merupakan makanan dari luar negeri, dan penerapan teknologi modern dan b) Ancaman: orientasi masyarakat yang lebih memilih membeli makanan dan minuman di sekitaran stasiun ketika kereta berhenti, asumsi masyarakat terkait harga yang terlampau tinggi bagi beberapa kalangan, selera dan pendapatan konsumen, Menimbulkan limbah sisa kemasan yang tidak ramah lingkungan, Jarangnya peninjauan secara berkala proses produksi makanan dan minuman di tempat vendor, banyaknya produk makanan dan minuman pengganti, dan terkadang terjadi stock makanan dan minuman yang habis sehingga membuat konsumen kecewa.
2. Variabel kekuatan dan kelemahan yang termasuk pada lingkungan internal restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung pada proses penyusunan strategi peningkatan bisnis berurutan yakni: a) Kekuatan yang dimiliki ialah restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung menjadi penyedia resmi makanan dan minuman bagi penumpang kereta api, pembagian tugas bagi karyawan restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha

Arief Fachrurozi, 2017

STRATEGI PENINGKATAN BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA RESTORAN KERETA API PT. RESKA MULTI USAHA AREA 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Area 2 Bandung yang jelas, adanya penghargaan bagi karyawan terbaik secara periodik, PT. Reska Multi Usaha memiliki perizinan yang jelas dan sah sesuai aturan-aturan yang berlaku, menu makanan dan minuman yang bervariasi, adanya riset secara berkala guna meningkatkan kualitas pelayanan produk makanan dan minuman, menawarkan makanan dan minuman khas dari suatu daerah/tempat, kebersihan yang terjaga, restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung melakukan inovasi akan perkembangan zaman, harga yang terjangkau, kepuasan pelayanan oleh karyawan restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung, hygiene atau keamanan makanan dan minuman yang terjaga, pembelian dilakukan secara periodik dengan vendor makanan dan minuman yang terjamin, terjadwalnya program sosialisasi SOP yang ada bagi karyawan, dan alat-alat penunjang dalam jumlah yang memadai; dan b) Kelemahan yang dipunyai adalah menu makanan dan minuman yang tidak konsisten dalam segi cita rasa dan aroma, kurang gencarnya promosi menggunakan media sosial, pencatatan penjualan secara periodik belum tertata dengan sistematis, pengetahuan tentang keamanan makanan yang kurang bagi karyawan, keadaan interior yang kurang menarik, lokasi gerbong restorasi yang kurang terjangkau, kurang menariknya tampilan menu, dan kondisi ruangan penyimpanan produk makanan dan minuman terkadang tidak steril.

3. Berdasarkan penelitian tentang hasil analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) didapatkan hasil nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) yang paling tinggi ialah sebesar 6,62 yakni pada pilihan prioritas strategi gencar melakukan sosialisai promosi media sosial dan program *Pre-meals Order* baik secara langsung ataupun menggunakan media cetak dan elektronik. Sedangkan pada urutan kedua ialah prioritas strategi meningkatkan efektifan proses pemesanan produk makanan dan minuman dimana memperoleh nilai TAS sebesar 6,44.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian tentang hasil analisis SWOT yang telah dilakukan oleh peneliti menghasilkan posisi restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area

Arief Fachrurozi, 2017

STRATEGI PENINGKATAN BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA RESTORAN KERETA API PT. RESKA MULTI USAHA AREA 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2 Bandung berada pada posisi sel V atau pada tingkat *Growth*. Oleh sebab itu, penulis memberikan beberapa saran kepada pihak manajemen restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung. Berikut merupakan beberapa saran yang penulis ajukan guna peningkatan bisnis di restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung:

1. Dapat lebih sering dalam melaksanakan bentuk-bentuk promosi agar masyarakat luas mengetahui tentang adanya restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung dengan desain yang unik dan menarik. Bentuk-bentuk promosi yang dapat dilakukan antara lain: menawarkan produk secara langsung di atas gerbong kereta api, memperbanyak brosur atau *phamplet* dan banner, membuat sebuah video yang menjadi profil PT. Reska Multi Usaha, dan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai bentuk promosi.
2. Berdasarkan penerapan restoran kereta api yang telah sukses sudah diterapkan di Jepang yakni *Ekiben*. Terdapat beberapa aspek yang dapat diterapkannya oleh restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yaitu perbaikan tampilan produk makanan dan minuman, penerapan kemasan yang unik dan kemasan yang ramah lingkungan agar tidak menimbulkan limbah yang sukar terurai, dan sistem pembelian yang menggunakan kecanggihan internet.
3. Memperbanyak lagi harga paketan makanan dan minuman. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam memilih makanan dan minuman. Selain itu, dapat pula sebagai strategi menggabungkan beberapa produk yang kurang laku dengan produk yang laku agar dapat menjadi produk yang laris. Hal tersebut dapat mengurangi asumsi-asumsi tentang mahalnya produk makanan dan minuman pada restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.
4. Penertiban kembali pedangan-pedangan makanan dan minuman yang masih saja ada yang berjualan di area stasiun. Hal tersebut secara langsung menjadi ancaman dan pesaing restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung. Hal ini tercermin di beberapa stasiun di kota-kota penyangga.

5. Meningkatkan kualitas rasa, aroma dan tampilan produk makanan dan minuman. Hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan konsumen karena produk makanan dan minuman yang menarik. Tak jarang pula konsumen sekarang akan memfoto makanan tersebut dan kemudian akan diunggah ke media sosialnya. Hal ini akan menjadi sarana promosi gratis dan tidak repot agar produk makanan dan minuman diketahui oleh masyarakat.

Tidak hanya saran untuk manajemen restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung, akan tetapi penulis mencoba memberikan saran yang dapat dipertimbangkan pada program studi Manajemen Industri Katering Universitas Pendidikan Indonesia yakni pembekalan yang mendalam mengenai ilmu-ilmu penanganan makanan atau *food handling* untuk produk makanan dan minuman pada berbagai moda transportasi. Hal ini sangat diperlukan dikarenakan penanganan makanan dan minuman yang dipersiapkan untuk perjalanan jauh akan cepat mengalami pembusukan dan kontaminasi virus yang membahayakan konsumen.

Selain itu, pembangunan jiwa *entrepreneur* bagi mahasiswa dikarenakan proyeksi katering pada moda transportasi akan menghasilkan keuntungan yang cukup besar. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup manusia modern yang telah berubah dimana masyarakat enggan untuk merepotkan diri dengan mempersiapkan bekal makanan dan minuman ketika melaksanakan perjalanan wisata. Sedangkan saran yang dapat penulis sampaikan kepada peneliti berikutnya ialah dapat mengkaji indikator-indikator keberhasilan atau tingkat keefektifan dari program baru restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha yaitu *Pre-meals Order*. Salah satu aspek yang dapat diteliti dikemudian hari adalah aspek pemasaran dan aspek penerapan teknologi.