

BAB II. PEMBAHASAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH RAGUSA ES ITALIA

II.1. Ragusa Es Italia

Ragusa Es Italia merupakan toko es krim yang berdiri sejak tahun 1932 di Batavia. Produk es Italia yang dijual ditoko ini memakai bahan dasar susu sapi segar dan tidak menggunakan bahan pengawet sehingga menciptakan es krim dengan tekstur yang lembut. Ragusa Es Italia adalah kedai es krim tertua yang terletak di Jakarta yang beroperasi sejak 1932. Mereka masih mempertahankan cara - cara lama dalam mengelola bisnis yang sudah berjalan kurang lebih 88 tahun ini. Toko es krim Italia ini hanya menjual tujuh rasa dasar es krim yang meliputi coklat, vanilla, mocca, stroberi, nougat, durian, rum raisin dan terdapat beberapa kombinasi es krim yang lain. Ketika berbagai industri es krim mulai masuk ke Indonesia sekitar tahun 1980-an penjualan Ragusa pernah menyusut tetapi dengan cepat meningkat kembali sebab mereka menjual hasil olahan es krim tanpa busa, berbeda dengan industri pada es krim lainnya. Ragusa dulu memiliki 20 toko es krim di Jakarta, tetapi akibat kerusuhan tahun 1998, banyak toko mereka yang dirusak serta dibakar. Pada tahun 2011 hanya tiga toko Ragusa yang tersisa di Jakarta. Dari ketiga restoran tersebut, hanya Ragusa Dula Merlin yang menjual masakan Eropa, Indonesia, dan Cina.



Gambar II.1. Logo Toko Ragusa Es Italia
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

II.1.1. Pemilik Toko Es Krim Ragusa Es Italia

Hj. Sias Mawarni S.S., M.M. adalah penerus dari toko es krim Ragusa sejak kepindah pemilikannya pada tahun 1972. Ragusa Es Italia awalnya didirikan oleh Luigie Ragusa dan Vincenzo Ragusa pada tahun 1932. Pada era kejayaannya Ragusa memiliki 22 cabang di Jakarta namun dikarenakan adanya musibah pada tahun 1998 kini tokonya hanya tersisa 4 cabang namun tetap dapat bersaing dengan toko es krim modern.



Gambar II.2 Hj. Sias Mawarni Bersama Buntoro Kurniawan

Sumber : Google

Diakses : April 2021

II.1.2. Es Krim Di Dunia

- **Es Krim**

makanan beku yang manis dan biasa dijadikan sebagai celiman atau makanan penutup. Es krim bisa dibuat menggunakan susu murni atau krim susu lalu diberikan pemanis seperti gula, madu, coklat, dan vanilla. Es krim umumnya disajikan dipiring atau dimakan langsung menggunakan *cone*, Namun seiring perkembangan zaman banyak bentuk dan varian es krim yang tercipta. Es krim juga sering digunakan untuk tambahan makanan dan minuman, seperti dijadikan *topping* untuk minuman cola, *ice cream waffle*, *baked ice cream*, dan masih banyak lagi.



Gambar II.3 *Ice Cream*

Sumber: Google

Diakses : April 2021

- **Gelato**

Sebutan lain es krim yang berasal dari Italia ini terbuat dari bahan utama susu, krim, dan gula lalu diberikan berbagai macam topping lainnya. Gelato memiliki kandungan lemak yang lebih rendah dan memiliki tekstur yang lebih padat dari es krim pada umumnya. Gelato biasa disajikan dengan cup tetapi banyak juga yang menggunakan donat ataupun waffle sebagai wadahnya.



Gambar II.4 *Gelato*

Sumber: <http://chaicoaching.com/reflections/too-much-choice-never-too-much-ice-cream>

Diakses : April 2021

- **Frozen Custard**

Makanan penutup yang mirip dengan es krim tetapi dibuat dengan lebih banyak kuning telur. Biasanya disimpan pada suhu yang lebih hangat dibandingkan dengan es krim dan biasanya memiliki konsistensi yang lebih padat dari es krim



Gambar II.5 *Frozen Custard*

Sumber: <https://senseandedibility.com/cereal-milk-frozen-custard/>
Diakses : April 2021

- **Frozen Yoghurt**

makanan penutup yang dibuat dengan *yoghurt* namun terkadang dibuat juga dengan produk non-susu dan produk susu lainnya. Frozen yoghurt mengandung bahan dasar yang sama dengan es krim tetapi mengandung kultur bakteri hidup. Frozen yoghurt juga biasanya memiliki karakter rasa yang lebih asam dari es krim dan juga lebih rendah lemak karena krim yang digantikan dengan susu. Frozen yoghurt disajikan dalam berbagai macam rasa dan gaya, cemilan ini juga bisa menjadi alternatif pengganti es krim karena bebas gula dan bebas lemak. Varian rasa yang ditawarkan biasanya buah-buahan, kacang-kacangan, dan juga kue ataupun permen yang sedang populer.



Gambar II.6 *Frozen Yoghurt*

Sumber: Google

Diakses : April 2021

- **Sorbet**

Sorbet atau bisa juga disebut Sherbet adalah makanan penutup yang dibuat menggunakan air yang dimaniskan menggunakan perasa. Varian rasanya bisa berupa jus buah, buah, minuman anggur, minuman keras, madu, dan umumnya tidak menggunakan susu.



Gambar II.7 *Ice Cream Sorbet*

Sumber: Google

Diakses : April 2021

- **Dondurma**

es krim damar wangi yang berasal dari Turki. Dondurma biasanya terdiri dari krim, krim kocok, umbi anggrek yang sudah digiling, damar wangi, dan gula. Es krim ini biasa dimakan menggunakan piasau dan garpu karena memiliki tekstur keras, tahan leleh, dan lengket.



Gambar II.8 *Dondurma Turkish Ice Cream*

Sumber: Google

Diakses : April 2021

II.2. Analisis

II.2.1. Analisis SWOT

Strengths :

- Nama Ragusa sudah menjadi kedai es krim yang legendaris khususnya di Jakarta.
- Rasa es krim Italia yang masih original tanpa pengawet maupun buatan.
- Suasana yang membuat pengunjung dapat bernostalgia.

Weaknesses :

- Pengunjung kadang terburu-buru karena antrean pengunjung lain terlebih dalam keadaan pandemi seperti ini.
- Kurangnya media promosi dan inovasi untuk menarik generasi milenial.
- Beberapa pengunjung mengeluh terkadang ada sedikit pelayanan yang kurang memuaskan.

Opportunities :

- Dengan adanya sedikit perubahan dan promosi Ragusa sangat berpeluang untuk lebih baik lagi karena pada dasarnya Ragusa sudah dikenal oleh masyarakat khususnya Jakarta.

Threats :

- Banyak toko es krim modern yang lebih inovatif dalam menciptakan rasa baru yang disukai oleh anak muda jaman sekarang.
- Trik marketing pada toko es krim modern juga lebih hebat untuk menarik pelanggan baru.

Kesimpulan dari analisa SWOT adalah kurangnya promosi yang efektif mengakibatkan masyarakat diluar daerah sekitar kurang mendapatkan informasi tentang toko Ragusa. Oleh sebab itu toko Ragusa Es Italia membutuhkan promosi melalui media sosial untuk mempermudah dalam memasarkan produknya. Akan digunakan strategi SO, WO , ST, dan WT untuk memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang serta mengatasi kelemahan untuk dapat menghadapi ancaman.

- ***Strength and Opportunity :***

Melalui promosi yang lebih menarik serta informasi yang lebih luas toko Ragusa sayangat berpotensi untuk lebih dikenal lagi di kalangan masyarakat luas.

- ***Weakness and Opportunity :***

Mempromosikan secara tepat dan sedikit inovasi khususnya di penjualan online maka pasar Ragusa akan semakin beerkembang besar.

- ***Strength and Threat :***

Sedikit inovasi tapi tetap mempertahankan ciri khas toko tersebut dapat membantu memperluas pasar.

- ***Weakness and Threat :***

Lebih memperhatikan pelayanan kepada pelanggan juga dibutuhkan seperti ketersediaan tempat tanpa melanggar proyokol Kesehatan.

II.2.2. Marketing Mix 7P

Marketing mix merupakan kumpulan *variable* yang terdiri atas 4P ataupun 7P untuk membantu proses pemasaran serta menggapai target pasar yang dituju. Ada 7 elemen yang biasa disebut dengan *marketing mix 7P*, yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*.

1. Products

Ragusa Es Italia memiliki keunggulan yaitu sebagai too es krim tertua di Jakarta. Produk es krim yang dijual juga masih menggunakan resep yang sama sejak awal berdiri hanya saja susu sudah tidak lagi import dari italia tetapi import dari Australia.

2. Price

Harga es krim yang ditawarkan juga terbilang standar mulai dari 15 ribu sampai dengan 35 ribu, sedangkan harga minumannya berkisar dari 15 ribu sampai 30 ribu.

3. Place

Ragusa Es Italia bertempat di Jl. Veteran I No. 10 Rt. 4 Rw. 2, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110. Toko Ragusa berdekatan dengan monumen nasional dan stasiun kereta api gambir yang mana berada di pusat kota yang cukup strategis.

4. Promotions

Ragusa tidak melakukan banyak promosi, mereka hanya memasarkan melalui mulut ke mulut konsumennya, dan sesekali diliput oleh stasiun tv. sedangkan di era sekarang hampir semua orang menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk atau jasa mereka.

5. People

Karyawan di Ragusa cukup banyak dan pastinya sudah berpengalaman sehingga kebersihan tempat dan kecepatan penyajian sangat baik.

6. *Process*

Pelayanan yang dimiliki toko Ragusa Es Italia bisa dibilang sangat cepat dalam menyajikan pesanan karena karyawannya cukup banyak dan juga pesannya sudah siang hanya tinggal disajikan saja.

7. *Physical Evidence*

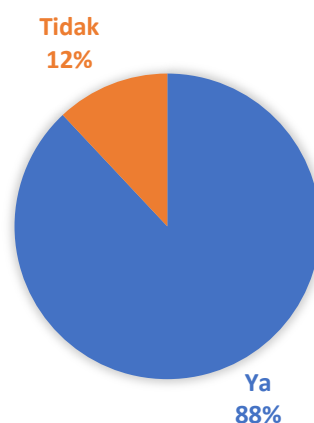
Ragusa Es Italia memiliki tempat yang sangat nyaman dan bersih. Nuansa tempo dulu juga sangat didukung dengan foto-foto zaman dulu serta terkadang hadir pengamen yang memainkan music lama.

II.2.3. Analisis Data Kuisisioner

Dalam melakukan penelitian, target audiens yang dituju merupakan orang terdekat. Orang terdekat dipilih karena usianya yang beragam dan berasal dari berbagai latar belakang profesi, sehingga diharap dapat memudahkan dalam melakukan kuisisioner. Jumlah audiens yang didapat yaitu 100 orang.

Kuisisioner yang pertama yaitu tentang pengetahuan mereka terhadap toko es krim Ragusa Es Italia. Berikut data yang diperoleh dari kuisisioner pertama.

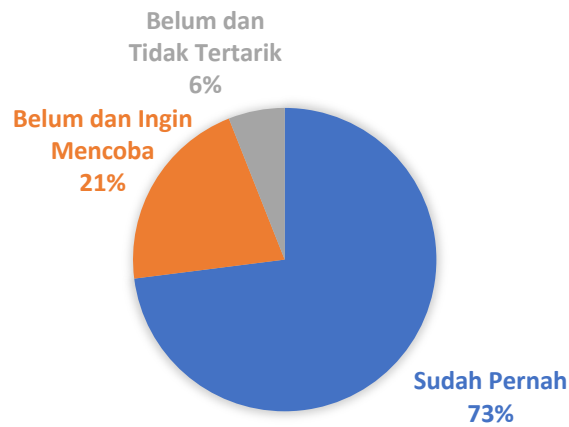
Apakah anda tahu toko es krim Ragusa Es Italia?



Gambar II.9 Diagram presentase terhadap pengetahuan tentang toko es krim Ragusa

Dari total 100 audiens yang menjawab, sebanyak 12 orang menjawab tidak tahu dan 88 orang mengetahuinya. Dari pertanyaan diatas sudah terlihat bahwa kebanyakan orang telah mengetahui tentang toko es krim Ragusa Es Italia. Kemudian dilanjutkan ke pertanyaan kedua, yaitu tentang pernyataan bahwa apakah audiens sudah pernah mencoba eskrimnya

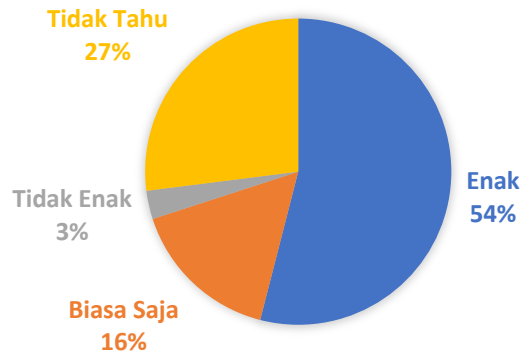
Apakan anda pernah mencoba es krim Ragusa Es Italia?



Gambar II.10 Diagram presentase Terhadap seberapa banyak audiens yang sudah mencobanya

Dari pertanyaan kedua didapatkan hasil yang bahwa banyaknya audiens yang telah mencobanya yaitu sebanyak 73 orang, dan 21 orang menyatakan belum pernah menocoba namun ingin mencobanya, sedangkan 6 orang lagi tidak terarik untuk mencobanya. Pertanyaan ketiga yaitu tentang bagaimana pendapat audiens tentang rasa es krim Ragusa.

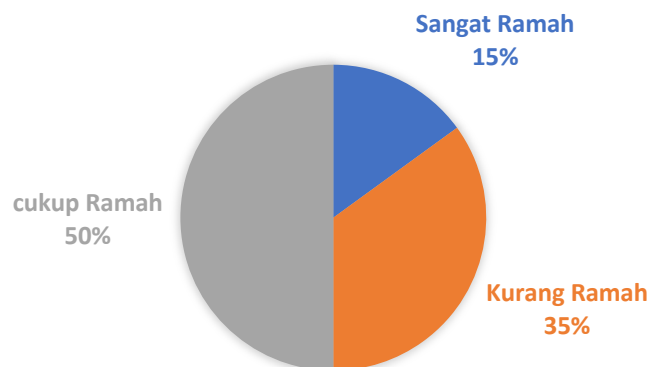
Menurut anda, bagaimana rasa es krim dari toko Ragusa?



Gambar II.11 Diagram presentase pendapat tentang rasa es krim Ragusa

Dari pertanyaan ketiga sebanyak 54 orang menjawab enak, 16 orang menganggap rasanya biasa saja, dan 3 orang menganggapnya tidak enak, sedangkan 27 orang tidak tahu karena belum pernah mencobanya. Kemudian dilanjut pertanyaan keempat tentang pelayanan toko kepada pelanggan.

Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Ragusa terhadap pelanggan?

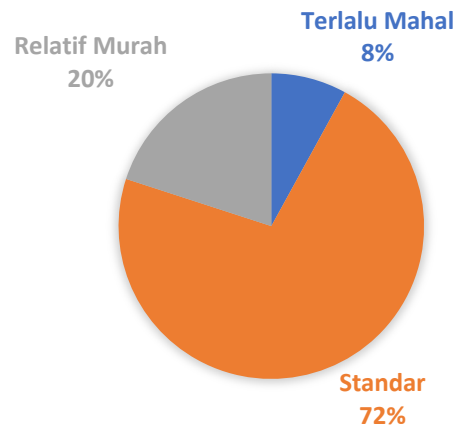


Gambar II.12 Diagram presentase kepuasan pelanggan dari segi pelayanan

Dari pertanyaan keempat tentang pelayanan yang diberikan oleh Ragusa hasilnya cukup mengejutkan karena 35 orang menganggap pelayanannya kurang ramah,

sedangkan 50 orang menganggap pelayanannya cukup ramah, dan 15 orang yang menganggap sangat ramah. Kemudian pertanyaan terakhir mengenai harga yang diberikan oleh toko Ragusa

Menurut anda, apakah harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk?



Gambar II.13 Diagram Presentase tanggapan mengenai harga produk

Dari pertanyaan terakhir tentang harga yang diberikan oleh Toko Es Krim Ragusa sebanyak 72 orang menganggap harganya standar, sedangkan 20 orang menyatakan relative murah, dan 8 orang menjawab terlalu mahal.

II.3. Resume

Dari hasil penelitian lapangan dan survei yang dilakukan melalui kuisioner yang diberikan kepada beberapa orang di kota Jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa cukup banyak orang yang sudah tau tapi belum bernah bahkan kurang berminat untu mencobanya. Fasilitas seperti lahan parkir yang menjadi satu dengan toko lain menjadikan pengendara mobil sedikit kesulitan terutama saat hari libur. Ketersediaan tempat untuk pengunjung juga dinilai kurang dikarenakan pembatasan jumlah pengunjung akibat pandemi.

II.4. Solusi Perancangan

Setelah penulis melakukan observasi dan pengamatan langsung kelapangan, terdapat beberapa permasalahan yang diteumkan. Penulis akan mencoba mengkaji

dan mendalami permasalahan di toko es krim Ragusa Es Italia berdasarkan dengan fakta di lapangan dan penelitian terdahulu. Promosi yang dinilai kurang efektif menyebabkan toko Es krim Ragusa Es Italia kurang dapat menarik generasi milenial dikarenakan kalah dengan trik marketing pada toko es krim modern.

Penulis akan memberikan solusi berupa suatu promosi dengan media yang dapat menojolkan keunggulan yang dimiliki toko es krim Ragusa Es Italia dengan toko kedai es krim rumahan lainnya sehingga dapat menarik lebih banyak kalangan. Maka perancangan media promosi yang akan dilakukan harus disusun dengan tepat dan efektif.